

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA DE ECONOMÍA

CARRERA DE ECONOMÍA

TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ECONOMISTAS

**TEMA: “ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
HOSTERÍA PARA LA PARROQUIA DE TABABELA, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE
PICHINCHA, QUE FOMENTE EL TURISMO COMUNITARIO DE LA ZONA”**

AUTORES: TATIANA NATHALY BUSTILLOS NÚÑEZ

ELVA MARCELA CAIZA CERACAPA

DIRECTOR: ECON. PATRICIO ANDRADE

DEDICATORIA

A Dios

Por su majestuoso don de la vida, por permitirme caminar con sabiduría y llegar hasta donde estoy ahora; llenándome de amor, fe y esperanza.

A mi madre

Graciélita Caiza quien con mi vida y profundo amor agradezco mi vida, mujer valiente y sabia, su fortaleza y carácter firme ha guiado mis pasos sin desmayar, me revistió de alegría, paciencia, amor, dedicación, ternura, y a quien gratifico quien soy ahora, pero sobre todo mi inmenso compromiso con ella quien con su ejemplo de vida me saco adelante.

A mis abuelitos

Emilia y Manuelito Caiza Padres de amor y corazón quienes con gran amor y comprensión depositaron en mi valores morales y espirituales, me acogieron en su ceno dándome todo lo necesario para luchar, crecer y madurar en la vida, mi dicha mas grande tenerlos a ustedes.

A mi familia

A mis Tíos quienes han sido mis hermanos y padres: **Israel, Jaime Manuel, Rolando**, de manera especial a **Fabián**, su dedicación y sabias palabras en mí ayudo a que creciera con firmes bases de personalidad, conocimientos y amor; **Sor Juanita, Vivian** y mi pequeña hermana mayor **Grimalda** por su amor y de quien aprendí muchos aciertos y grandes hazañas como virtudes.

A mis amigos

Quienes nos apoyaron mutuamente en nuestra formación profesional; **Jennifer Vaca** por su amistad sincera, a **Fernando Morales** por su gran ayuda, apoyo y amistad, a **Cristina Sánchez** quien nos ayudo en nuestra tesis, a **Darío Cobos** por su apoyo y especial cariño. En especial a mi mejor amiga **Tatiana Bustillos**, me brindo su amistad y su cariño pasando por momentos tristes y alegres, a su hermosa familia sus padres, hermanos y abuelitos quienes con paciencia y ternura nos ayudaron a culminar nuestra tan anhelada meta, mi profundo y sincero agradecimiento a ustedes.

Marcela Caiza

DEDICATORIA

A DIOS:

Por bendecirme día a día y guiar cada uno de mis pasos.

A mis PADRES:

ÁngelaJosefina y **Pedro Fernando**, por ser los pilares fundamentales de mi vida, por su paciencia y apoyo constante, y por su amor y cariño incondicional.

A mis HERMANOS:

Ángela Elizabeth y **Pedro Alejandro**, por su preocupación y por estar junto a mí todos los momentos de mi vida compartiendo alegrías y tristezas.

A mi FAMILIA:

A mis abuelitos **Dolores Natividad**, **Gerardo Wilson**, **Alida Beatriz** y **Alcides Hildauro**, por cuidarme desde el cielo y en la tierra y por haberme dado siempre tanto amor, a mis tíos y primos por su confianza y su cariño.

A mis AMIGOS:

A mis mejores amigas **Marcelita** y **Jeniffer** por formar parte de mi vida y por brindarme su amistad y cariño irremplazables. Y en especial a **Fernando**, mi amor, por apoyarme y estar a mi lado motivándome a cumplir cada una de mis metas.

Tatiana Bustillos

AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro mas sincero agradecimiento a la majestuosa Universidad Central del Ecuador, a la escuela de Economía, en especial a sus catedráticos, quienes son el alma y prestigio de la misma, quienes con sus conocimientos y sabiduría supieron transmitir y llenar nuestra sed de conocimiento, siendo formadores de profesionales llenos de ética, responsabilidad y conciencia social.

Agradecemos de manera especial al Economista Patricio Andrade, Director de Tesis, él mismo que con su conocimiento, carisma y personalidad y sapiencia, supo dirigir, asesorar y estructurar nuestras ideas con su tiempo y paciencia.

A todas las personas que estuvieron presentes y colaboraron con sus ideas y aportes con el fin de que culminemos exitosa mente este trabajo de investigación.

Tatiana y Marcela

AUTORIZACION DE LA AUTORIA INTELECTUAL

Yo, Tatiana Nathaly Bustillos Núñez en calidad de la autora de la tesis realizada sobre “ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA PARA LA PARROQUIA DE TABABELA, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA, QUE FOMENTE EL TURISMO COMUNITARIO DE LA ZONA”, por la presente autorizo a la UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte que contienen esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autora me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Quito, a 17 de octubre de 2012



TATIANA NATHALY BUSTILLOS NUÑEZ

CC. 171806659-8

tatysnbn@yahoo.es

AUTORIZACION DE LA AUTORIA INTELECTUAL

Yo, Elva Marcela Caiza Ceracapa en calidad de la autora de la tesis realizada sobre “ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA PARA LA PARROQUIA DE TABABELA, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA, QUE FOMENTE EL TURISMO COMUNITARIO DE LA ZONA”, por la presente autorizo a la UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte que contienen esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autora me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Quito, a 17 de octubre de 2012



ELVA MARCELA CAIZA CERACAPA

CC. 172272542-9

alecram2804@gmail.com

Quito, 27 de septiembre del 2012

Señor Economista

MARCO POSSO ZUMÁRRAGA

DECANO DE LA FACULTAD

Presente.-

Señor Decano:


Por disposición del Sr. Decano fui designado Director de la Tesis Intitulado: "ESTUDIO DE PRE-FECTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA HOSTERIA PARA LA PARROQUIA DE TABABELA, CANTON QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA, QUE FOMENTE EL TURISMO COMUNITARIO DE LA ZONA", presentado por las señoritas egresadas Tatiana Nathaly Bustillos Nuñez y Elva Marcela Caiza Cerapaca previo a la obtencion del titulo de Economistas.

Debo manifestar que para la ejecución de la presente investigación se observo el Plan de Tesis aprobado asi como elementos de estudio nuevos que se incorporan al trabajo de investigación.

Por lo tanto Sr, Decano el trabajo ha sido concluido y las señoritas egresadas deben seguir con su trámite administrativo.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes

Atentamente



Econ. Patricio Andrade

DIRECTOR DE TESIS

ECON. ANTONIO RICARDO REA T.; "M.Sc."
PLANIFICACIÓN DEL DESARROLLO Y ECONOMÍA
AMBIENTAL; "MBA" EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS.

Quito, D. M. 26 de noviembre del 2012

FAC. CIENCIAS ECONÓMICAS UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR.

Estimado: Economista Marco Posso Z. – DECANO DE LA FACULTAD.

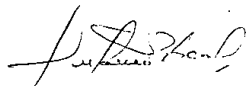
ASUNTO: Informe y Calificación de la Tesis Intitulada "ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERIA PARA LA PARROQUIA DE TABABELA, CANTÓN QUITO PROVINCIA DE PICHINCHA QUE FOMENTE EL TURISMO COMUNITARIO EN LA ZONA", presentada por TATIANA BUSTILLOS NUÑEZ y ELVA CAIZA CERACAPA, previo a la obtención del Título de Economista.

Señor Decano; en cumplimiento con el Oficio N° 3116 – 2012 - D. T. de octubre 12 de 2012, se presenta el informe de la referida tesis; las egresadas presentan su investigación en un documento de seis capítulos, con anexos referenciales y bibliografía.


La investigación se fundamenta en base a:

- Cumplimiento de Objetivos; están vinculados explícitamente al requerimiento de lo planteado, la investigación de campo utiliza herramientas de muestreo y encuestas.
- Demostración de Hipótesis; su carácter es de trabajo por tanto son alternativas, dando paso a la investigación para ser demostradas en teoría y su posible aplicación.
- El contenido; Cap. I, Plan de tesis; Cap. II, Diagnostico socioeconómico de la parroquia Tababela, análisis de Demografía, Sistema Ambiental, Clima, Hidrografía, Sistema Económico Productivo, Infraestructura básica; Cap. III, Estudio de Mercado; Oferta y Demanda turística con inventario de servicios y atractivos de recursos turísticos, Precios/ tarifas, Estrategias de Marketing Mix; Cap. IV, estudio Técnico, Localización, Ingeniería, Infraestructura de la hostería, Organigrama estructural y funcional administrativa; Cap. V, Estudio Económico, Capital de trabajo, Ingresos y costos, Punto de equilibrio, Presupuesto de Costos e Ingresos, Rentabilidad; Cap. VI, Cálculo del VAN, TIR, relación costo beneficio (R- B/C), Conclusiones y Recomendaciones;
- La Nota; es de 09/10 (nueve sobre diez).
- Recomienda la publicación de la tesis; SI (X)
- Razón de la Publicación; apoyo a la inversión y turismo comunitario en Tababela; se aprueba la investigación a fin de proceder con la defensa pública y fines reglamentarios.

Atentamente,



Econ. Antonio Ricardo Rea T.; M. Sc & M. B. A.

RECIBIDO: 
FECHA: 26 NOV 2012
HORA:
DEPARTAMENTO DE TESIS

CALLE MEJIA(1674-1684)N7-16 Y BAHAMONDE • QUITO-ECUADOR
TELÉFONO:2/582935/096041319/E-mail: antonio_ricardo_rea@yahoo.com



UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Telf. 2523211 - 2529129 - 2229358-Apartado 1088 Quito - Ecuador

DEPARTAMENTO DE TESIS

CALIFICACION DE TESIS DE GRADO -ECONOMISTAS

TITULO DE LA TESIS "ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA HOSTERIA PARA LA PARROQUIA DE TABABELA, CANTON QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA QUE FOMENTE EL TURISMO COMUNITARIO DE LA ZONA"

EGRESADOS : SEÑORITAS:

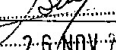
- TATIANA BUSTILLOS, Y
- ELVA CAIZA

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

CON LA REALIZACION DE LOS ESTUDIOS TECNICO, DE MERCADO Y ECONOMICO (CAPITULOS III, IV Y V RESPECTIVAMENTE) SE CUMPLEN ADECUADAMENTE TANTO EL OBJETIVO GENERAL COMO LOS OBJETIVOS SEÑALADOS EN EL PLAN DE TESIS (CAPITULO I).

DEMOSTRACION DE HIPOTESIS

LA HIPOTESIS GENERAL Y LA SEGUNDA HIPOTESIS ESPECIFICA LOGRAN SER ADECUADAMENTE DEMOSTRADAS EN EL MOMENTO DE FUNDAMENTAR LA VIABILIDAD TECNICA, ECONOMICA Y DE MERCADO, EXCEPTO LAS HIPOTESIS ESPECIFICAS 1 Y 3 POR NO ESTAR CLARAMENTE PLANTEADA EN EL UN CASO Y POR SER DEMASIADO GENERAL EN EL OTRO.

RECIBIDO: 
FECHA: 26 NOV 2012
HORA:
DEPARTAMENTO DE TESIS

METODOLOGÍA Y VARIABLES UTILIZADAS

LAS AUTORAS UTILIZAN FUNDAMENTALMENTE EL METODO DEDUCTIVO QUE CONSISTE EN APLICAR AL CASO DE ESTUDIO UN CONJUNTO DE ESQUEMAS Y PROCEDIMIENTOS CONCEPTUALES Y OPERATIVOS ACADÉMICOS YA CONOCIDOS Y APROBADOS EN LA PRÁCTICA GENERALIZADA. UTILIZAN TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN PRIMARIA Y SECUNDARIA Y UN SET DE VARIABLES PROPIAS DEL SECTOR.

CONCORDANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CON EL RESULTADO DE LA INVESTIGACION

EN LA DIMENSION TEÓRICA, AL DEMOSTRARSE LA VIABILIDAD DE LA HOSTERÍA MENCIONADA, SE ASEGURA TAMBIÉN LA ADECUADA CONCORDANCIA DE LOS RESULTADOS ESPERADOS CON LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. QUEDA POR VERSE QUE PASA EN LA IMPLEMENTACIÓN REAL.

NOTA: NUEVE (9)

RECOMIENDA LA PUBLICACION DE ESTA TESIS

SI

NO

RAZON DE LA PUBLICACION

DEPARTAMENTO DE TESIS: APRUEBA LA PUBLICACION

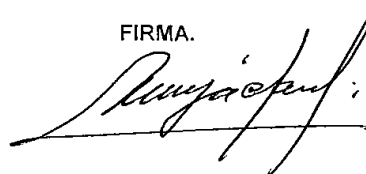
SI

NO

PROFESOR:

FABIAN ALBUJA CHAVES

FIRMA.



FECHA:

23-11-2012



UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Telf. 2523211 - 2529129 - 2229358 - Apartado 1088 Quito - Ecuador

DEPARTAMENTO DE TESIS

CALIFICACION DE TESIS DE GRADO

TITULO DE LA TESIS

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
HOSTERIA PARA LA PARROQUIA DE TABABELA, CANTÓN QUITO, PPD -
VINCIA DE PICHINCHA, QUE FOMENTE EL TURISMO COMUNITARIO DE LA ZONA

EGRESADOS:

TATIANA NATHALY BUSTILLOS NÚÑEZ Y ELVA MARCELA CAIZA CERACAPA

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

LOS OBJETIVOS PLANTEADOS FUERON LOGRADOS SATISFACTORIAMENTE
DURANTE LA ELABORACIÓN DE LA TESIS.

DEMOSTRACION DE HIPOTESIS


LAS HIPOTESIS FUERON COMPROBADAS PARCIALMENTE AL
FINALIZAR EL DESARROLLO DE LA TESIS

METODOLOGÍA Y VARIABLES UTILIZADAS

LA METODOLOGÍA Y LAS VARIABLES UTILIZADAS EN ESTA INVESTIGACIÓN FUERON ADECUADAS EN LOS CAPÍTULOS QUE LO REQUERIAN DURANTE EL DESARROLLO DE LA TESIS.

CONCORDANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CON EL RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

SI EXISTE CONCORDANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CON LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

NOTA: 10 (DE 2). 

RECOMIENDA LA PUBLICACION DE ESTA TESIS

☒ SI

☐ NO

RAZON DE LA PUBLICACION ES UN ESTUDIO DE ACTUALIDAD

DEPARTAMENTO DE TESIS: APRUEBA LA PUBLICACION


☐ SI

☐ NO

PROFESOR:

DR. PATRICIO ANDRADE.

FIRMA.



FECHA:

27/NOV/2012

INDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO.....	xii
1. CAPITULO I: PLAN DE TESIS	1
1.1. Tema.....	1
1.2. Antecedentes	1
1.3. Justificación de la investigación.....	2
1.3.1. Teórica.....	3
1.4. Identificación del problema.....	4
1.5. Delimitación espacial y temporal	6
1.6. Objetivos	6
1.6.1. General	6
1.6.2. Específicos	6
1.7. Hipótesis.....	7
1.7.1. General	7
1.7.2. Específicas.....	7
1.8. Metodología.....	7
1.8.1. Tipo de estudio	7
1.8.2. Método de investigación	7
1.8.3. Técnicas de recolección de datos	8
1.8.3.1. Fuentes primarias	8
1.8.3.2. Fuentes secundarias	8
1.8.4. Procedimientos de datos	8
1.9. Variables e indicadores	8
1.10. Fundamentación teórica	9
1.10.1. Glosario de términos	13
1.11. Cronograma de trabajo	16
1.12. Plan analítico	17
2. CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO SOCIO-ECONÓMICO DE LA PARROQUIA TABABELA EN EL CONTEXTO DEL CANTÓN	21
2.1. Historia de la Parroquia.....	21
2.1.1. Hitos históricos de la parroquia.....	22
2.2. Ubicación geográfica.....	24
2.2.1. Demografía.....	25
2.3. Sistema Ambiental	25
2.3.1. Clima	25
2.3.2. Hidrografía	25
2.3.3. Sistemas Montañosos	26
2.3.4. Tipo de terreno	26
2.3.5. Actividades Antrópicas	28
2.4. Patrimonio Natural	29

2.5.	Sistema Económico productivo	30
2.5.1.	Agroproducción.....	30
2.5.2.	Microempresas	33
2.6.	Datos económicos y sociales	34
2.6.1.	Trabajo y empleo.....	34
2.6.2.	Medios de transporte	36
2.6.2.1.	Sistema Vial	36
2.6.2.1.1.	Sistema de señalización	44
2.6.2.2.	Transporte Interno	44
2.6.3.	Medios de Comunicación.....	45
2.7.	Turismo en la zona	50
2.8.	Servicios existentes en la zona	56
2.9.	Conclusiones	56
3.	CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO	58
3.1.	El Producto o prestación del Servicio	58
3.2.	Oferta	60
3.2.1.	Cuantificación de la oferta	60
3.2.1.1.	Cuantificación de la oferta turística.....	62
3.2.2.	Ubicación geográfica del a oferta.....	63
3.3.	Demanda.....	64
3.3.1.	Análisis del comportamiento histórico de la demanda.....	64
3.3.2.	Análisis de la demanda del turismo receptor.....	65
3.3.2.1.	Datos históricos del arribo de visitantes al Ecuador.....	65
3.3.2.2.	Proyección o estimación del número de extranjeros que llegarán al Ecuador	66
3.3.2.3.	Proyección del número de no inmigrantes	68
3.3.2.4.	Visitas del turismo receptor hacia el cantón Quito.....	69
3.3.2.5.	Ingreso de divisas por concepto de turismo hacia el Ecuador	70
3.3.2.6.	Estimativo del gasto per cápita del turismo receptor.....	72
3.3.2.7.	Perfil del turismo receptor.....	73
3.4.	Análisis de la demanda del turismo interno	78
3.4.1.	Perfil del turismo interno.....	79
3.4.1.1.	Comportamiento del turismo interno y receptor hacia el cantón Quito parroquia Tababela.	82
3.5.	Diseño de la investigación.....	82
3.5.1.	Cálculo del tamaño de la muestra.....	83
3.5.1.1.	Desarrollo del cuestionario en función de las necesidades de información previamente fijadas	84
3.5.1.2.	Objetivos claros de Investigación:	85
3.5.2.	Interpretación de los resultados	88
3.6.	Delimitación del Mercado al que se dirigirá el proyecto	113
3.6.1.	Determinación de la demanda potencial o aparente	113
3.6.2.	Cuantificar la demanda del mercado objetivo	114
3.6.3.	Demanda insatisfecha.....	115

3.7.	Precios / Tarifas.....	116
3.8.	Promoción	117
3.8.1.	Estrategias de Marketing Mix	117
3.9.	Conclusiones del Estudio de Mercado	121
4.	CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO	123
4.1.	Tamaño (capacidad de servicio), en función de la Demanda	123
4.1.1.	Demanda real-objetivo	123
4.2.	Localización	123
4.3.	Ingeniería	124
4.3.1.	Definición de la tecnología necesaria para la prestación del servicio	124
4.3.2.	Flujo grama de los procesos de producción (servicios)	124
4.3.3.	Infraestructura de la Hostería	128
4.3.3.1.	Establecimiento de la localización geográfica de la hostería	128
4.3.3.2.	Distribución arquitectónica de las instalaciones (plano)	130
4.3.3.3.	Cuantificación de las construcciones civiles, infraestructura y mobiliario necesario	135
4.3.4.	Cuantificación del talento humano necesario.....	144
4.3.5.	Organigrama estructural y funcional de la hostería.....	145
4.3.5.1.	Organigrama estructural	145
4.3.5.2.	Organigrama funcional	146
4.3.6.	Cuantificación de los requerimientos de insumos y materia prima (restaurante)	147
4.3.7.	Aspectos Legales que debe cumplir una hostería.....	148
4.3.7.1.	Registro de turismo	149
4.3.7.2.	Licencia Única Anual de funcionamiento	149
5.	CAPÍTULO V: ESTUDIO ECONÓMICO.....	151
5.1.	Inversiones fijas.....	151
5.1.1.	Capital de trabajo.....	151
5.1.2.	Fuentes y uso de fondos	152
5.2.	Tablas de amortización de la deuda.....	153
5.3.	Tablas de depreciación y amortización de activos	156
5.4.	Balance General Inicial	159
5.5.	Estado de Pérdidas y Ganancias	160
5.5.1.	Ingresos	161
5.5.2.	Costo del Servicio	161
5.5.3.	Gasto Operacional	162
5.5.4.	Gasto Financiero.....	163
5.6.	Flujo Operacional	163
5.7.	Punto de Equilibrio.....	164
5.8.	Presupuesto de Costos e Ingresos.....	168
5.8.1.	Rentabilidad.....	168
5.8.1.1.	Métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo.	168
5.8.1.1.1.	Rentabilidad Simple	169
5.8.1.1.2.	Razones Financieras	169

6.	CAPÍTULO VI: CÁLCULO DEL VAN Y LA TIR	
6.1.	Métodos de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo.	171
6.1.1.	Valor Actual Neto VAN.....	171
6.1.2.	Tasa Interna de Retorno (TIR)	174
6.1.3.	Relación Costo Beneficio (R B/C)	175
7.	Conclusiones	178
8.	Recomendaciones	180
9.	Anexos	183
10.	Bibliografía	207

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1.....	183
Anexo 2.....	184
Anexo 3.....	188
Anexo 4.....	192
Anexo 5.....	193
Anexo 6.....	193
Anexo 7.....	193
Anexo 8.....	195
Anexo 9.....	195
Anexo 10.....	196
Anexo 11.....	197
Anexo 12.....	198
Anexo 13.....	199
Anexo14.....	202
Anexo15.....	204
Anexo 16.....	205
Anexo 17.....	205

INDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Población de la parroquia Tababela	25
Cuadro N° 2: Población total de la parroquia Tababela, según género	25
Cuadro N° 3: Áreas de las Micro-cuencas	26
Cuadro N° 4: Tipo de terreno	27
Cuadro N° 5: Incidencia sobre el componente abiótico	28
Cuadro N° 6: Incidencia sobre el componente biótico	28
Cuadro N° 7: Cobertura Vegetal	29
Cuadro N° 8: Actividades y productos agroproductivos Parroquia Tababela.....	31
Cuadro N° 9: Problemas y causas del sector agroproductivo	32
Cuadro N° 10: Microempresas	33
Cuadro N° 11: Análisis de las principales actividades que generan empleo en la Parroquia Tababela	34
Cuadro N° 12: Indicadores socio-económicos	35
Cuadro N° 13: Inventario vial de parroquia	38
Cuadro N° 14: Inventario de puentes de parroquia Tababela	44
Cuadro N° 15: Transporte interno	45
Cuadro N° 16: Cobertura telefónica en la parroquia	45
Cuadro N° 17: Cobertura de internet en la parroquia.....	48
Cuadro N° 18: Atractivos turísticos de la parroquia Tababela.....	50
Cuadro N° 19: Descripción de la Hostería Mi Huasipungo	52
Cuadro N° 20: Descripción del complejo turístico El Vergel	53
Cuadro N° 21: Descripción de la Hostería Posada El Colibrí.....	53
Cuadro N° 22: Descripción de la Hostería Mi Huasipungo	61
Cuadro N° 23: Descripción del Complejo Turístico El Vergel.....	61
Cuadro N° 24: Descripción de la Hostería Posada El Colibrí.....	62
Cuadro N° 25: Cuantificación de la oferta turística de otras hosterías.....	63
Cuadro N° 26: Entradas de extranjeros al Ecuador, período 2005-2010	65
Cuadro N° 27: Proyección de Visitantes.....	67
Cuadro N° 28: Proyección de No Migrantes.....	68
Cuadro N° 29: Ecuador Balanza Turística – Cuenta Viajes.....	70
Cuadro N° 30: Proyección del Ingreso de Divisas	71
Cuadro N° 31: Proyección del Gasto Promedio.....	72
Cuadro N° 32: Entrada de extranjeros al Ecuador según país de procedencia.....	74
Cuadro N° 33: Edad del Turista Receptor.....	75
Cuadro N° 34: Sexo del Turista Receptor.....	75
Cuadro N° 35: Nivel de Instrucción del Turista Receptor	75
Cuadro N° 36: Motivos del viaje del Turista Receptor	75
Cuadro N° 37: Medios de Información utilizados por el Turista Receptor.....	76
Cuadro N° 38: Forma de Viaje del Turista Receptor	76
Cuadro N° 39: Número de veces en que arribó al Ecuador el Turista Receptor	76
Cuadro N° 40: Actividades realizadas por Turista Receptor	77
Cuadro N° 41: Tipo de Alojamiento utilizado por el Turista Receptor	77

Cuadro N° 42: Satisfacción del Turista Receptor en el alojamiento utilizado	78
Cuadro N° 43: Viajes realizados por los residentes del área urbana del Ecuador	78
Cuadro N° 44: Ciudades de origen del Turismo Interno	79
Cuadro N° 45: Tipo de Visitante.....	79
Cuadro N° 46: Tiempo de estadía del Turismo Interno	80
Cuadro N° 47: Motivos de Viaje del Turismo Interno	80
Cuadro N° 48: Medio de Transporte del Turismo Interno	80
Cuadro N° 49: Estancia promedio en la que se moviliza el Turismo Interno	81
Cuadro N° 50: Requerimientos de Información respecto del Turismo Interno y Receptor	86
Cuadro N° 51: Edad del Turista Interno y receptor según la encuesta aplicada	88
Cuadro N° 52: Sexo del Turista Interno y Receptor según la encuesta aplicada	89
Cuadro N° 53: Nivel de Instrucción del Turista Interno y Receptor según la encuesta aplicada.....	90
Cuadro N° 54: Profesión del Turista Interno y Receptor según la encuesta aplicada	91
Cuadro N° 55: Ocupación del Turista Interno y Receptor según la encuesta aplicada	92
Cuadro N° 56: Estado Civil del Turista Interno y receptor según la encuesta aplicada.....	93
Cuadro N° 57: Número de hijos del Turista Interno y receptor según la encuesta aplicada	94
Cuadro N° 58: Lugar de origen del turista interno y receptor según la encuesta aplicada.....	95
Cuadro N° 59: Pregunta N° 1 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor	96
Cuadro N° 60: Pregunta N° 2 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor	98
Cuadro N° 61: Pregunta N° 3 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor	99
Cuadro N° 62: Pregunta N° 4 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor	100
Cuadro N° 63: Pregunta N° 5 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor	101
Cuadro N° 64: Cuadro resumen pregunta 5	101
Cuadro N° 65: Pregunta N° 6 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor	102
Cuadro N° 66: Cuadro resumen pregunta	103
Cuadro N° 67: Pregunta N° 7 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor	104
Cuadro N° 68: Pregunta N° 8 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor	106
Cuadro N° 69: Pregunta N° 9 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor	107
Cuadro N° 70: Cuadro resumen pregunta 9	107
Cuadro N° 71: Pregunta N° 10 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor	108
Cuadro N° 72: Pregunta N° 11 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor	110
Cuadro N° 73: Pregunta N° 12 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor	112
Cuadro N° 74: Hosterías de Tababela cantón Quito	113
Cuadro N° 75: Número de pernoctaciones Demandadas por el Turismo Interno y receptor	115
Cuadro N° 76: Cuantificación de la demanda insatisfecha	115
Cuadro N° 77: Precios de la competencia.....	116
Cuadro N° 78: Distancia de la hostería respecto de los principales atractivos	128
Cuadro N° 79: Construcciones Civiles.....	135
Cuadro N° 80: Mobiliario de Recepción y Oficina.....	137
Cuadro N° 81: Suministros de oficina	137
Cuadro N° 82: Mobiliario para 2 habitaciones matrimoniales	138
Cuadro N° 83: Mobiliario para 3 habitaciones con dos camas individuales	138
Cuadro N° 84: Mobiliario para 3 habitaciones con tres camas individuales.....	138

Cuadro N° 85: Equipo de Dormitorio	139
Cuadro N° 86: Equipo de Piscina.....	140
Cuadro N° 87: Equipo de Limpieza	140
Cuadro N° 88: Mobiliario para el Restaurante.....	141
Cuadro N° 89: Equipo de restaurante.....	141
Cuadro N° 90: Mobiliario y Equipo para Cafetería – Internet	142
Cuadro N° 91: Equipo para Gimnasio.....	142
Cuadro N° 92: Equipo para Salón de juegos.....	143
Cuadro N° 93: Muebles para salas de espera y de lectura.....	143
Cuadro N° 94: Equipo de Cocina.....	143
Cuadro N° 95: Herramientas de Mantenimiento y Limpieza.....	144
Cuadro N° 96: Talento humano necesario	144
Cuadro N° 97: Cuantificación de lo necesario para alimentos.....	147
Cuadro N° 98: Cuantificación de los artículos de limpieza	147
Cuadro N° 99: Rubros de varios gastos operativos previstos	148
Cuadro N° 100: Detalle de las inversiones fijas.....	151
Cuadro N° 101: Detalle del capital de trabajo	152
Cuadro N° 102: Fuentes y usos del dinero	152
Cuadro N° 103: Amortización de la deuda incurrida cada año	154
Cuadro N° 104: Amortización de la deuda incurrida cada año con financiamiento de la C.F.N.....	154
Cuadro N° 105: Depreciaciones	156
Cuadro N° 106: Amortizaciones	158
Cuadro N° 107: Porcentajes para depreciar o amortizar	158
Cuadro N° 108: Balance General Inicial.....	159
Cuadro N° 109: Estado de Pérdidas y Ganancias.....	160
Cuadro N° 110: Detalles de Ingresos	161
Cuadro N° 111: Componentes del Costo del Servicio	161
Cuadro N° 112: Detalle del Gasto Operacional	162
Cuadro N° 113: Detalle del Gasto Financiero.....	163
Cuadro N° 114: Flujo Operacional del Proyecto	163
Cuadro N° 115: Costos Fijos.....	164
Cuadro N° 116: Costos Variables	165
Cuadro N° 117: Cuadro Resumen del Punto de Equilibrio.....	167

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N.- 1	26
Microcuencas	26
Gráfico N.- 3	27
Tipos de suelo parroquia Tababela.....	27
Gráfico N.- 3	32
Actividades agroproductivas de la parroquia Tababela.....	32
Gráfico Fotografía N.- 1	63
Ubicación geográfica.....	63
Gráfico N.- 4	81
Tipo de Alojamiento utilizado por el Turista Interno.....	81
Gráfico N.- 5	88
Edad del turista interno y receptor	89
Gráfico N.- 6	89
Sexo del turista interno y receptor.....	90
Gráfico N.- 7	90
Nivel de instrucción del turista interno y receptor	91
Gráfico N.- 8	92
Profesión del turista interno y receptor	92
Gráfico N.- 9	93
Ocupación del turista interno y receptor	93
Gráfico N.- 10	93
Estado civil del turista interno y receptor.....	94
Gráfico N.- 11	94
Número de hijos que posee el turista interno y receptor	95
Gráfico N.- 12	96
Lugar de origen del turista interno y receptor	96
Gráfico N.- 13	97
Viajes con fines turísticos	97
Gráfico N.- 14	98
Frecuencia de viajes con fines turísticos	98
Gráfico N.-15	99
Alternativas de viaje.....	99
Gráfico N.- 16	100
Medios de información.....	100
Gráfico N.- 17	101
Lugares de visita del turista interno y receptor	102

Gráfico N.- 18	103
Lugares de preferencia	104
Gráfico N.- 19	105
Atractivos de Tababela.....	105
Gráfico N.-20	106
Noches que se hospedan.....	106
Gráfico N.- 21	107
Preferencias de hospedaje	108
Gráfico N.- 22	107
Establecimientos de alojamiento ubicados en Tababela	109
Gráfico N.- 23	109
Establecimiento de alojamiento ubicados en Tababela.....	109
Gráfico N.- 24	111
Atributos del lugar de alojamiento	111
Gráfico N.- 25	112
Precio que está dispuesto a pagar el turista interno y receptor.....	112
Gráfico N.- 26	119
Diseño de logotipo	119
Gráfico N.- 27	125
Procesos de servicios en el restaurante.....	125
Gráfico N.- 28	126
Proceso de recepción.....	126
Gráfico N.- 29	127
Proceso de guía turística.....	127
Gráfico N.- 30	128
Mapa de la provincia de Pichincha y deubicación de la hostería	129
Gráfico N.- 31	131
Plano grande y general de la totalidad de construcciones y áreas verdes.....	131
Gráfico N.- 32	131
Plano detallado de la construcción moderna existente	132
Gráfico N.- 33	145
Organigrama Estructural de la Hostería El Aguacate.....	145
Gráfico N.- 34	146
Organigrama Funcional de la Hostería El Aguacate	146
Gráfico N.- 35	168
Punto de Equilibrio (Año 1)	168

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA PARA LA PARROQUIA DE TABABELA, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA, QUE FOMENTE EL TURISMO COMUNITARIO DE LA ZONA.

PRE-FEASIBILITYSTUDYFORTHEIMPLEMENTATION OF AN INN FOR THE PARISH OF TABABELA, QUITO CITY, PICHINCHA PROVINCE, TO PROMOTE THECOMMUNITY TOURISMAREA.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de pre factibilidad se refiere a conocer la posibilidad de implementar una hostería en la parroquia de Tababela que fomente el turismo comunitario de la zona, dada su ubicación estratégica cercana a las instalaciones del nuevo Aeropuerto Internacional de Quito, por lo que todos los esfuerzos necesarios se concentran en investigar con absoluto profesionalismo las características de los futuros clientes de este proyecto, así como también por medio de una evaluación de la demanda y la oferta existente identificar nuestra demanda insatisfecha, con el análisis de estos datos se podrán conocer las características de nuestro mercado objetivo.

Buscamos probar que existe un número suficiente de clientes que en determinadas condiciones presentes y futuras muestran una demanda que justifica la inversión que se realizará en este proyecto; lo que garantizara el desarrollo de la parroquia mejorando así la calidad de vida de sus habitantes.

PALABRAS CLAVES: PRE-FACTIBILIDAD / IMPLEMENTACIÓN / FOMENTE / TURISMO COMUNITARIO / ZONA.

ABSTRACT

This pre-feasibility study is about the possibility of the implementation of an inn for the parish of Tababela that promotes the community tourism in the area, its strategic location close to the new International Airport of Quito, so that all efforts are focused on absolute professionalism to investigate the characteristics of prospective customers of this project, as well as through an assessment of demand and existing supply identifying our unmet, with the analysis of this data we can determine the characteristics of our target market.

We seek to prove that there is a sufficient number of customers that in certain present and future conditions have a demand that justifies the investment to be made in this project, so that will ensure the development of the parish improving the life's quality of the population.

KEYWORDS: PRE-FEASIBILITY / IMPLEMENTATION / PROMOTE / COMMUNITARY TOURISM / AREA.

CAPITULO I

1. PLAN DE TESIS

1.1. TEMA

Estudio de la Pre-factibilidad para la implementación de una hostería para la parroquia de Tababela, cantón Quito, provincia de Pichincha, que fomente el Turismo Comunitario de la zona”

1.2. ANTECEDENTES

El Turismo como fenómeno social cultural tiene su auge en estos últimos años; sin embargo el ser humano siempre fue un viajero desde los tiempos remotos, citamos al hombre primitivo que tenía que desplazarse de un lugar a otro en busca de alimentos; primero fueron los frutos, luego cazaba animales para obtener su carne y utilizaba su piel para vestimenta; inicia la búsqueda de una vivienda y cuando el clima se presentaba demasiado hostil buscó nuevos sitios para establecerse.

En la época antigua los viajes eran realizados por los Nómadas quienes buscaban pasto para sus animales, los guerreros y los Peregrinos que viajaban a lugares santos. Las ciudades de Tenas, Delfos, Corinto y Olimpia eran lugares donde los griegos realizaban competencias atléticas de tal manera que combinaban en los desplazamientos las competencias con las fiestas religiosas.

Para los romanos, la salud y descanso fue el motivo de los viajes; las aguas medicinales y las termas constituyeron los lugares escogidos para recuperarse de sus largas batallas y de las fiestas prolongadas que ofrecían, se aprovechaban los meses de verano para los desplazamientos y los sitios escogidos eran los que estaban a orillas del mar y el campo. Ciertas termas todavía existen.

La historia ubica a los romanos como grandes viajeros especialmente a Grecia, el interés de ellos fue por la Hacienda y la Religión, realizaban excursiones hacia los lugares por donde había vivido Alejandro Magno, Sócrates, el lugar donde fue incinerado Aquiles y se cree que llegaron hasta las pirámides de Egipto.

Solía viajar en un día mediante relevos de caballos, cubrían distancias de 160 KM o más, también se desplazaron a zonas marítimas de verano, a baños y sepulcro. Como testimonio de sus viajes y las costumbres que tuvieron lo romanos podemos apreciar en las excavaciones realizadas a las ruinas de lo que fueron las ciudades de Herculano y Pompeya enterradas por la lava y las cenizas

del volcán Vesubio, encontraremos bares, restaurantes, tabernas, los posaderos de la época ya usaban las vallas publicitarias.

Hoy en día, el turismo afecta a cada continente, país y ciudad. La economía está influenciada tanto por las personas que viajan a otras partes (gastos de importación en otros lugares) como por las exportaciones de servicios turísticos (consumos realizados por los turistas en los sitios que visitan). Los destinos turísticos deben decidir que tantos negocios de servíos turísticos desean captar, ya que el turismo en la actualidad es el negocio de crecimiento más rápido, y se espera que se convierta en la industria más grande del mundo el próximo siglo.

El beneficio más visible del turismo es el empleo directo en hoteles, restaurantes, tiendas y empresa de transporte, en industrias y profesiones de apoyo (como los consultores de la administración del rendimiento, los profesores universitarios de turismo y otro tipo de profesionales) muchas de las cuales pagan mucho más que las oportunidades de empleo visibles como el personal de un restaurante, un tercer beneficio es su efecto multiplicador conforme los consumos turísticos se reciclan a través de la economía local, los gobiernos utilizan los modelos de impacto económico para calcular las ganancias generales en el consumo de productos y servicios como resultado del efecto multiplicador del turismo, además están las utilidades estatales y locales derivadas de los impuesto del turismo; y, por último un quinto beneficio, estimula las exportaciones de los productos hechos en los destinos turísticos, como son regalos, ropa y “souvenir” que representa entre el 15% y 20% de los gastos totales del turista.

Sin embargo, no todos los destinos turísticos reciben con gusto a los turistas, debido a su ubicación , clima, recursos limitados, tamaño y herencia cultural, algunos lugares tienen pocas opciones económicas, distintas al turismo en las cuales participa, de ahí que los profesionales en el turismo deben considerar cómo mantener el equilibrio entre el turismo y otras industrias, para lo cual se requiere de profesionales altamente calificados en materia de Hotelería y Turismo, por cuanto si dejamos pasar por alto este segmento importante para el desarrollo comunitario y del país, entonces hemos fracaso en la gran responsabilidad dada a las universidades de formar profesionales que puedan aprovechar las oportunidades que nos da nuestra madre naturaleza.

1.3. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACIÓN

Desde un principio se reconoce que el turismo ha sido presentado tradicionalmente como un eficiente motor del desarrollo económico, capaz de generar empleo, modernizar las infraestructuras, impulsar otras actividades productivas, revalorizar los recursos autóctonos o equilibrar balanzas de pagos nacionales que para nuestro país representaría una alternativa de

crecimiento económico, el turismo es uno de los principales indicadores económicos que nos permiten evaluar la situación de cara al futuro.

El turismo sostenible en su sentido más puro, es una industria comprometida a hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y cultura local, al tiempo que contribuyen a generar ingresos y empleo para la población local.

Así las políticas del Estado ecuatoriano para el desarrollo del turismo sostenible representan líneas de acción para la gestión interinstitucional buscando dinamizar la economía nacional en torno a la actividad turística, mediante el funcionamiento coordinado entre los actores públicos, privado y comunitario a través de una gestión descentralizada y desconcentrada eficiente mejorando la competitividad del sistema turístico con productos y servicios sostenibles de calidad con valor agregado, optimizando las oportunidades que genera el turismo para la mejora en la calidad de vida de los residentes. Ello implica la formación y capacitación del recurso humano para la sensibilización, valoración y conservación del patrimonio turístico nacional, cultural y natural basado en la aplicación de Buenas Prácticas para el Turismo Sostenible. Estas se constituyen, en una herramienta que facilita a las empresas grandes, medianas y pequeñas adoptar acciones concretas que les permitan orientar su gestión hacia la práctica de un turismo sostenible.

El impacto del turismo como factor de desarrollo económico del país en general, y ahora con el análisis centrado en la parroquia de Tababela, cantón Quito, provincia de Pichincha, se podrá medir el nivel de crecimiento de la zona y con ello hacer proyecciones hacia el futuro, tendientes a mejorar la calidad de vida de la parroquia de Tababela.

Además de ser el turismo una actividad positiva también trae consigo males sociales indeseables como: el aumento de la delincuencia, la inmigración ilegal, la proliferación de enfermedades infecto – contagiosas, la transculturación o mezcla de culturas, la prostitución, y el auge de consumos de sustancias prohibidas, entre otros, por lo cual es necesario conocer la incidencia, intensidad y proporción de estos males a través de este estudio.

1.3.1. Teórica

Con nuestro estudio de factibilidad pretendemos impulsar nuestra investigación y ser los pioneros en el inicio de temas para futuras innovaciones en infraestructura turística con altos estándares de calidad tanto en el servicio como en los productos que se ofrecerá, además que brindará la oportunidad de conocer las ventajas de desarrollar una actividad económica exitosa en la parroquia de Tababela, pues su ubicación cuenta con un lugar estratégico el cual es el nuevo aeropuerto

Internacional de Quito, que es un punto de tránsito de miles de personas; y podrá ser una fuente generadora de ingresos y empleo.

El estudio que se realizará a fin de determinar la factibilidad de lo enunciado en el tema de la presente propuesta, requiere ineludiblemente del apoyo del conocimiento sobre teorías, conceptos y demás modelos prácticos propios de las temáticas de diseño, formulación y evaluación de proyectos, por ende se deberá conocer sobre los diversos estudios que abarca, así como también sobre ecoturismo, turismo cultural y alojamiento. Desarrollar un estudio que implique involucrar las áreas del conocimiento mencionadas, contribuirá a vislumbrar la viabilidad teórica de la propuesta en su aplicación práctica facilitando así la decisión sobre incursionar o no en su realización.

La propuesta que se presenta es una respuesta a la búsqueda de maximizar el beneficio económico posible de obtener de una propiedad que se encuentra ubicada estratégicamente entre El Quinche y Papallacta, los mismos que son dos atractivos turísticos.

La ejecución del proyecto promueve el desarrollo de la parroquia en razón de la generación de empleo directo e indirecto, tomando en cuenta que en el sector turístico por cada tres empleos directos se produce uno indirecto. Los vecinos del lugar se verán beneficiados ya que podrán desarrollar actividades que les provea de ingresos de parte del conjunto de visitantes que llegarán hacia la Hostería turística que proponemos. Adicionalmente se impulsa el conocimiento de historia, geografía del Ecuador, cultura, flora y fauna de la región, lo cual contribuye al incremento del nivel cultural de los visitantes así como la difusión de conocimientos valiosos y atractivos para nacionales y extranjeros.

1.4. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA

El mundo exigente y cada vez más consumidor en el que nos desenvolvemos, nos obliga a buscar el desarrollo de actividades que encaminen al esparcimiento, aprendizaje, recreación y renovación de las energías perdidas durante el desarrollo de nuestras actividades laborales. Por tanto, el desarrollo de las comunicaciones y de los medios de transporte han facilitado el conocimiento de lugares de interés en cualquier parte del mundo así como su movilización a los mismos.

América puede ser vista como un continente joven, refiriéndonos al momento de inicio de la explotación de recursos naturales por parte del hombre y su tecnología, mantiene grandes reservas naturales, que lo privilegian aún con una biodiversidad natural que mantiene grandes riquezas en términos de flora y fauna.

La Cultura del continente americano ha sufrido grandes influencias e impactos por parte de diferentes grupos humanos, esto es: de los aborígenes que la poblaron previo el descubrimiento de América, de los europeos que trajeron su cultura a América y la combinación de estas dos culturas que promovieron el apareamiento de una nueva cultura.

Las creencias religiosas de los diversos pueblos a nivel mundial y su forma de vida, arquitectura, conocimiento desarrollado, son aspectos que establecen la cultura y la acuerdan como pobre o rica. La Cultura de los aborígenes fue rica y llena de atributos, la misma que fue sometida por los europeos, quienes impusieron su cultura sobre los habitantes del nuevo continente, sin embargo no lograron eliminarla por completo, ya que hasta la actualidad existen comunidades aborígenes que mantienen en su diario vivir una gran proporción de las prácticas y creencias ancestrales.

En la arquitectura, entre las principales expresiones culturales dejada por los europeos se evidencia en el arte y buen gusto que poseían no solo para la edificación de ciudades y plazoletas, sino también para la construcción de iglesias en la que los artistas dejan su huella plasmando en cada tallado un arte privilegiado.

El Ecuador, por su ubicación geográfica es afortunado por poseer una amplia variedad en su flora y fauna, en razón de la diversidad de sus zonas climáticas y topográficas, de este modo un turista puede visitar en poco tiempo cuatro entornos de vida diferentes, como son las regiones Galápagos, Costa, Andes y Amazonia.

Por los acontecimientos históricos, descritos en los párrafos anteriores, el Ecuador es país que ha heredado diversas manifestaciones étnicas y culturales del pasado.

Por lo tanto, el Ecuador es un pequeño paraíso bajo la óptica turística.

Los datos estadísticos proporcionados por el Ministerio de Turismo sobre la realidad turística en el Ecuador, muestran el crecimiento del número de turistas durante los últimos años.

El incremento de turistas al Ecuador en los últimos años es cada vez creciente, cuya realidad se demuestra en las cifras presentadas según estadísticas provisionales proporcionadas por la Dirección Nacional de Migración, las que reflejan un crecimiento del número de visitantes correspondientes al turismo receptor en el mes de diciembre de 2010, el Ecuador contabiliza 96.358 entradas de extranjeros al país, con lo cual existe un crecimiento del 5,81% al compararse con las entradas registradas en Diciembre de 2009. Sin embargo, en el período enero-diciembre de 2010

existe un incremento del 8,10% en las entradas de extranjeros al país, al pasar de 968.499 en el año 2009 a 1.046.968 en el año 2010.

La provincia de Pichincha, es una de las más importantes, no solo por albergar a Quito, capital del país y "Patrimonio Cultural de la Humanidad", sino por el sin número de lugares turísticos que posee ubicados alrededor de sus nueve cantones, se encuentra ubicada en plena región ecuatorial de los altos Andes.

Cerca de Quito se encuentra la parroquia de Tababela donde va a funcionar el nuevo Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre y cuya distancia del mismo será de 8 minutos aproximadamente. Esta parroquia cuenta con una ubicación que le brinda la oportunidad de ser paso frecuente de los turistas que se movilizan entre El Quinche y Papallacta distanciándose 30 minutos a El Quinche, 50 minutos de las famosas aguas termales de Papallacta. Por lo descrito, la oportunidad de implantar una hostería en el lugar que se ha planteado debe ser aprovechada a fin de desarrollar servicios turísticos que cumplan satisfactoriamente las expectativas de los turistas, situación que generará ingresos y desarrollo para los habitantes de un sitio poco recordado por políticos y gobernantes de turno.

1.5. DELIMITACIÓN ESPACIAL Y TEMPORAL

Nuestro estudio se centrará en la parroquia de Tababela perteneciente al catón Quito, provincia de Pichincha; ubicada al nororiente de Quito en la vía interoceánica, y que se encuentra limitada al norte por la parroquia de Yaruquí, al oriente por la parroquia Yaruquí al sur por la parroquia de Puembo y al occidente por la parroquia de Guayllabamba aunque no en una forma rigurosa pero si aproximada y como puntos de referencia. Nuestro proyecto tiene como referencia de su factibilidad los 5 primeros años de existencia de la Hostería, analizando además el comportamiento turístico de la zona de los últimos 5 años.

1.6. OBJETIVOS

1.6.1. General

Determinar la viabilidad técnica, económica-financiera y ambiental de implementar una hostería comunitario para la Parroquia de Tababela, Cantón Quito, Provincia de Pichincha que fomente el turismo local de la zona como de otras regiones del país.

1.6.2. Específicos

1. Estudiar su mercado

2. Desarrollar los estudios técnicos (tamaño, localización e ingeniería) del proyecto en función del conocimiento de la demanda y de la disponibilidad de recursos financieros.
3. Desglosar los aspectos económicos de la iniciativa (costos/ingresos; inversión, financiamiento) del proyecto
4. Realizar de evaluación financiamiento – económica de la iniciativa
5. Determinar el impacto social, económico y ambiental que el proyecto provocará en la región.

1.7. HIPÓTESIS

1.7.1. Hipótesis General

Las condiciones naturales, sumadas a los gastos de la comunidad y recursos económicos de los habitantes de la parroquia de Tababela para implementar una hostería, mejorarán la calidad de vida de la comunidad de la zona.

1.7.2. Hipótesis específicas

1. Aprovechamiento de los recursos naturales.
2. La participación y solidaridad de su comunidad en ofertar servicios amigables, oportunos y confiables, lograran alcanzar la meta propuesta.
3. Los promotores de la iniciativa de turismo comunitario confiarán en sus capacidades.

1.8. METODOLOGIA

1.8.1. Tipo de Estudio.- El nivel de asimilación de la realidad, en la cual se encuentra inmersa la temática del estudio de factibilidad que hemos planteado, será el correspondiente al de un estudio descriptivo, en virtud de la profundidad, que implica la realización de un estudio de factibilidad. Se justifica aplicar un estudio descriptivo, debido que éste permite el alcance de un nivel de conocimiento relevante, indispensable en un estudio de factibilidad, el nivel de conocimiento al que se llegue será resultado de describir, conocer características, entender comportamientos, asimilar y prever cambios posibles en razón de otros cambios en lo referente a las variables inmersas en el proyecto, cumpliendo de esta manera con lo requerido logrando así los objetivos planteados, aspectos que junto a los previamente descritos caracterizan un nivel de investigación descriptivo, llegando a ser un estudio concluyente.

1.8.2. Método de investigación.- Se aplicará el método deductivo de Investigación, ya que se aplicarán los conocimientos generales sobre la preparación, diseño y evaluación de

proyectos; turismo cultural y hotelería, sobre la realidad particular y específica del presente estudio de factibilidad, Adicionalmente, utilizaremos el análisis y la síntesis en cada uno de los estudios que conforman el estudio de factibilidad, de modo que se identifique todos y cada uno de sus elementos, se los relacione y se puedan emitir criterios válidos.

1.8.3. Técnicas de recolección de datos.

1.8.3.1. Fuentes Primarias.- Permitirá recolectar datos a fin de poder elaborar información no existente en documento alguno, e indispensable para la elaboración del presente estudio de factibilidad, se deberá realizar una investigación de campo para lo cual se utilizarán las siguientes técnicas de recolección de datos: observación, encuestas y entrevistas personales.

1.8.3.2. Fuentes secundarias.- La información de tipo secundario, que se precisa para la elaboración del estudio de factibilidad planteado se obtendrá en las bibliotecas del Ministerio de Turismo, la Cámara Provincial de Turismo de Pichincha, el INEC, el Municipio de Quito. En los lugares mencionados se podrán consultar: revistas, libros, documentos de estadísticas y leyes, periódicos, trípticos y boletines.

1.8.4. Procedimiento de datos.- Los datos obtenidos se procesarán a fin de obtener la información deseada a través de una presentación mixta, es decir se utilizará tablas y gráficos, técnicas estadísticas como la correlación de variables y tabulación de datos en la computadora.

1.9. VARIABLES E INDICADORES

DOMINIO	VARIABLES	INDICADORES	FORMA DE CALCULO
Sector turístico	Entrada de turistas al país	% de turistas extranjeros anual	Número de turistas total (nacionales y extranjeros) entre el número de turistas extranjeros.
	Ingresos por la actividad turística	% de los ingresos turísticos en la balanza de pagos	Total de la balanza de pagos entre el total de los ingresos turísticos.

	Ingresos familiares	Canasta básica	(Cantidad Familia/día Gramos x Precio promedio geométrico)/gramos
	Competitividad	Índice de Competitividad Turístico	Promedio de los índices de regulación ambiental, recursos naturales y culturales.
	Precios al consumidor	Índice de precios al consumidor	Valor de la canasta familiar del año en estudio, entre el valor de la canasta familiar del año base, multiplicado por 100

1.10. FUNDAMENTACIÓN TEORICA

Constituir un proyecto en la práctica implica someter a un estudio profundo de las diferentes variables que intervienen en el mismo. Es decir que al adentrarse en el tema al que un proyecto haga referencia deberá ser sometida a la aprobación, bajo la óptica de la exigencia propia de un estudio de factibilidad, el cual constituye una de las fases a las cuales debe ser sometida una propuesta de proyecto previo su puesta en marcha, en razón de la profundidad y detalle que alcanza el análisis de sus variables.

Un estudio de factibilidad se compone generalmente de cuatro estudios, mediante los cuales se pretende representar una posible realidad a la que se enfrentaría el proyecto en la zona, en el caso de su puesta en marcha en función de las distintas variables que tendrán su impacto sobre éste, variables que son abordadas a plenitud por los estudios de mercado, técnico-administrativo, financiero e impactos ambiental, económico y social.

El presente estudio busca determinar la factibilidad de la implantación de una hostería que fomente el turismo en la Parroquia Tababela, Cantón Quito, Provincia de Pichincha, es decir el nivel de diligencia del estudio será aquel que traiga como consecuencia una aceptación o negación de la opción de destinar recursos a su realización.

El estudio de mercado como parte del estudio de factibilidad, permitirá alcanzar el conocimiento del comportamiento de la demanda, instrumento principal para una iniciativa que pretenda rentas

económicas en crecimiento, buscando cuantificarla en términos numéricos y monetarios, estacionalidad de su consumo, motivaciones, necesidades, deseos satisfechos e insatisfechos de los demandantes. Dentro de este proyecto se procura asimilar las características, atributos, precios, posicionamiento en la mente del consumidor, ventajas diferenciadoras, comparativas y competitivas, capacidad de atención entre muchos respecto de la competencia, destacando los principales competidores y su participación en el mercado turístico. De igual forma se definirán los medios más adecuados que permitan llegar con el mensaje publicitario al mercado objetivo, se decidirá sobre la estrategia de mercadotecnia apropiada. Igualmente se preverá sobre la existencia de proveedores que satisfagan las necesidades de insumos necesarios para una normal operación con estándares de alta calidad. Adicionalmente se establecerán las características y atributos del servicio que se ofertará acorde con las características del mercado objetivo.

En lo referente al estudio técnico-administrativo, es preciso observar aspectos como la localización y tamaño óptimo del proyecto, la ingeniería del proyecto y la organización y administración del mismo. La localización se refiere al lugar geográfico donde se instalará el proyecto para su funcionamiento, esta decisión dependerá del análisis sobre la cercanía de los proveedores, de los clientes, la disponibilidad de personal capacitado en la zona, así como restricciones legales, aspectos medidos por el costo y beneficio que le producen al proyecto. El tamaño óptimo del proyecto trata sobre la capacidad máxima de producción que posee la planta o la capacidad máxima de atención de un determinado servicio, esta capacidad se la define en función de la demanda potencial y la disponibilidad de recursos. La ingeniería del proyecto detalla lo referente a las características técnicas de la tecnología a utilizarse, sea esta suave o dura; se definen los procedimientos a seguirse en la prestación del servicio; los requerimientos sobre las instalaciones físicas; las características del personal para lo cual previamente se definirá el perfil, las funciones y responsabilidades de cada cargo involucrado exclusivamente con la prestación del servicio; así mismo se detallará sobre las necesidades de insumos; en definitiva los requerimientos sobre tecnología, infraestructura, personal e insumos serán descritos en sus características conjuntamente con el rubro monetario que represente su adquisición. En lo relativo a la organización y administración se deberá explicar sobre la estructura organizacional que se utilizará; se desarrollará un manual de procedimientos, detallando funciones y responsabilidades y perfil de cada cargo relacionado con el área administrativa; especificando el régimen legal bajo el cual se constituiría, haciendo hincapié en las disposiciones legales de mayor relevancia.

El estudio sobre la viabilidad financiera del proyecto presenta como objetivos “ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores, elaborar

los cuadros analíticos y datos adicionales para la evolución del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad”¹

La cuantificación en términos monetarios de los requerimientos emitidos por los diferentes estudios conlleva a conocer el valor de la inversión total, dentro de la cual se puede identificar la inversión fija y la Inversión operacional, de donde se pueden obtener los rubros correspondientes a la inversión inicial y progresiva para la cual se planteará un calendario de inversiones. Adicionalmente en el estudio financiero se analizará cuidadosamente las fuentes de financiamiento que proveerán los recursos económicos a fin de realizar el proyecto, se conocerá el costo en que se incurriría por concepto de financiamiento en cada una de las fuentes escogidas, se establecerá la forma en que se afrontarán las obligaciones especificando el tiempo que tardaría su liquidación acorde con la capacidad de pago prevista.

El costo de las fuentes de financiamiento en términos porcentuales, conjuntamente con la tasa que represente el riesgo de ejecutar el proyecto forma la tasa mínima de rendimiento (TMAR).

El resumen y sistematización de los ingresos y egresos posibles de obtenerse al implantar el proyecto será tarea del flujo de efectivo que ha de construirse con la información de tipo monetario recopilada en los estudios precedentes. Sobre los valores que arroje el flujo de efectivo, se procederá a evaluar la conveniencia económica de la ejecución del proyecto, a través de métodos de evaluación que consideren la pérdida del poder adquisitivo del dinero en el tiempo, siendo los más utilizados el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), relación Beneficio/Costo (R B/C); así mismo también existen métodos de evaluación que no consideran la pérdida de valor de dinero en el tiempo entre los cuales se tiene la Rentabilidad Simple (RS), periodo de recuperación de Capital (PRC) y razones financieras.

La ejecución de un proyecto cualquiera que sea su ámbito, requiere de investigar sobre los impactos que su ejecución conlleva sobre la localidad en la que se ejecute, en lo que concierne a realidades de tipo económico, social y ambiental. “En el informe final del trabajo de grado, los impactos son las huellas, señales y aspectos positivos o negativos que la ejecución del proyecto provocó o provocará en un grupo, área o ámbito determinado”².

Los impactos que una región puede recibir por motivo de la realización de una determinada actividad económica pueden causar efectos positivos o negativos sobre la localidad y sus

¹ SAPAG, Chain Nasir y Reinaldo. (2000): Preparación y Evaluación de Proyectos. 4ª edición. Editorial McGraw Hil. Chile, 439 páginas.,p (26)

² POSSO Yépez, Miguel Ángel. (2004): Metodología para el Trabajo de Grado (tesis y Proyectos); 1ª edición. Quito, Ecuador, 215 páginas., p.(49)

habitantes. Para efectos del presente estudio de factibilidad se realizará un análisis de impactos bajo la modalidad prospectiva por motivo de que “Prospectivamente el análisis de los impactos se lo realiza cuando el proyecto o propuesta no ha sido ejecutado (¿cómo beneficiaría el proyecto?”³ es decir se justifica el análisis bajo esta óptica en razón de que el presente documento es un estudio previo a su ejecución.

Al involucrar en el presente estudio de factibilidad los términos como hostería y turismo se hace necesario desarrollar una breve síntesis sobre las teorías planteadas por los expertos en estas materias, a fin de que este estudio se apoye en la coherencia de las teorías previamente aceptadas, de modo que la propuesta implícita en este estudio se enmarquen en la lógica.

Una hostería como una opción de alojamiento para el turista pretende acercarlo a los sitios recreativos y su diversa cultura a causa de su ubicación y diseño rodeado de áreas naturales, sin descuidar comodidades requeridas por el Turista. Este tipo de alojamiento según la legislación ecuatoriana puede categorizarse en función del lujo de sus instalaciones, es decir en hosterías de tres a una estrella.

En la infraestructura que se pretende adecuar e incrementar servicios, con la finalidad de ofrecer un adecuado hospedaje a los turistas y mantener una concepción armónica con el entorno así como funcional se debe tener en cuenta los siguientes puntos: “En un área natural, las mejores instalaciones y los mejores edificios son los que no se ven; al elegir los materiales de construcción hay que olvidarse del acero, del cemento y del plástico; nunca hay que economizar, utilizando técnicas modernas de construcción en lugar de las tradicionales; hay que diseñar con simplicidad y calidad, solo cosas que sean útiles al funcionamiento turístico del lugar y a la protección de su ambiente”⁴.

Al encontrarse el turismo también relacionado con la ecología como temática del presente estudio, es conveniente mencionar aspectos en los que el funcionamiento simple de la hostería podría contribuir con el mencionado fomento en función de la disponibilidad de recursos, entre ellos tenemos a la conservación energía, reciclaje, reducción de desperdicios, conservación del agua, aire limpio, cuartos verdes.

“La materia prima del turismo son los atractivos turísticos, puesto que constituyen la causa principal que motiva a las personas a viajar hasta ellos, tanto para conocerlos, como para disfrutar del consumo de las actividades que se programen con el fin de satisfacer sus expectativas”⁵.

³ Ibidem, p. (165)

⁴ BOULLON Roberto. (1993): Ecoturismo Sistemas Naturales y Urbanos. 1ª edición. Buenos Aires, Argentina, 98 páginas. P. (65)

⁵ Ibidem, p. (22)

La estabilidad política y seguridad existente en el lugar destino es factor clave, al momento de la decisión de visita por parte de los turistas, los cuales son muy sensibles ante una realidad adversa. En lo referente al turismo cultural, se considera “cuando el atractivo que llama al turista es algún tipo de producción humana, una obra de arte o un conjunto de ellas, una tradición culinaria, una construcción o un conjunto de arquitectónico de características muy peculiares, una ceremonia única en su género, una danza, allí tendremos turismo cultural”⁶.

Para finalizar podemos mencionar que se trata de que los turistas conozcan, entiendan, comprendan y se maravillen con diferentes expresiones de cultura a la que ellos están habitualmente acostumbrados, siendo esta actividad beneficiosa para sus anfitriones en términos económicos, es importante mostrar al turista autenticidad en los atractivos, situación que se hace factible a través de la conservación de éstos, así como autoafirmando valores y costumbres propias del lugar sin permitir que se pierdan o conviertan en una imitación o mediocridad, sin querer decir que se pondrán mantener sin ninguna influencia de la cultura de los Turistas.

1.10.1. Glosario de términos

Atractivos Turísticos.- son los elementos indispensables para que se produzcan una actividad turística, en un lugar determinado, en virtud que tales atractivos son los que impulsan a los individuos a viajar al lugar en donde se encuentran, satisfaciendo sus expectativas.

Biodiversidad.- la variabilidad de organismos vivos de cualquier fuente, incluidos, entre otros, los ecosistemas terrestres y marinos otros ecosistemas acuáticos y los complejos ecológicos de los que forman parte; comprende la diversidad entre las especies y los ecosistemas.⁷

Clúster Turístico.- Es el conjunto de lugares que actúan coordinadamente en función de las estrategias de mejoramiento la oferta turística ya sea para el turismo receptivo o interno.⁸

Conservación.- Es la utilización humana de la biosfera para que rinda el máximo beneficio sostenible, a la vez que mantiene el potencial necesario para aspiraciones de futuras generaciones.⁹

Demanda.- Es la cantidad de un bien o servicio que se demande a un precio determinado, precio que puede influir sobre la cantidad que se demande ya sea para disminuir aumentar la cantidad demandada.

Desarrollo sostenible.- Es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras por satisfacer las propias.¹⁰

⁶ IRIARTE Céspedes, Fernando, 1997(<http://www.monografias.com/trabajos16/cultura/cultura.shtm>).turismo cultural

⁷ Convenio de Naciones Unidas sobre Conservación y Uso Sostenible de la Diversidad Biológica, citado por José Antonio Oascal Trillo (<http://platea.pntic.mec.es/pascual/vida/biodiv2.htm>)

⁸ Ministerio de Turismo (2002): Desarrollo Turístico en el Ecuador.(33)

⁹ UICN1980, Citado por ONG Proyecto Félix (http://www.iespana.es/natureduca/conserva_indicc.Htm) Naturaleza.

Deseo.- Es la necesidad que ha sido modificada por la cultura.

Ecoturismo.- Modalidad de turismo que pretende ofrecer al turista el conocimiento y el contacto con áreas naturales conservadas, a fin de que disfrute, admire y aprenda sobre los recursos allí existentes, así como también se procura que los recursos económicos provenientes de esta actividad contribuyan a la conservación de tales áreas naturales y a suplir la necesidad de los pobladores respecto de explorar los recursos para subsistir, concientizando la importancia de la conservación de los recursos naturales en cada uno de los individuos que intervienen en la actividad ecoturística.

Ecoturista.- Es quien orienta su interés hacia temas asociados con los bosques tropicales, hacia la adquisición de conocimientos sobre estos ecosistemas exóticos y sobre las manifestaciones culturales que los integran, así como a la observación de las últimas especies en peligro de extinción.¹¹

Empresa Turística.- Es una organización que puede ofertar servicios relativos a hospedaje, comidas y bebidas, agencias de viaje, áreas de recreación. Líneas aéreas, transporte fluvial y transporte terrestre, guía cultural, hacia individuos que realicen actividades de tipo turístico. Estos servicios pueden ser ofertados por una entidad o también puede ser agrupado algunos de ellos por una sola entidad.

Estudios de Factibilidad.- Estudio a profundidad sobre las diferentes variables que inciden en una propuesta tendiente a ser llevada a la práctica, que implique el desembolso de una considerable cantidad de dinero, que se lleve a cabo en largo plazo y que implique cierto riesgo.

Estudio Financiero.- Sistematiza la información en términos monetarios de los estudios precedentes, evalúa la conveniencia económica de la realización del proyecto utilizando métodos que incluyen la pérdida de valor de dinero en el tiempo y otros métodos que no.

Estudio de Impacto.- Determina los impactos que el proyecto podría ocasionar, en lo ambiental, económico y social, procurando establecer indicadores de medida si como medidas de mitigación.

Estudio de Mercado.- Parte del estudio de Factibilidad que pretende determinar la viabilidad de la implantación del proyecto en términos de mercado.

Estudio Técnico.- de su resultado se espera determinar la viabilidad del proyecto en aspectos de tecnología, talento humano, materias primas o insumos, ubicación, constitución legal.

Hostería.- Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, una capacidad no menor de seis habitantes.¹²

¹⁰ UICN, PNUMA y WWF 1980; CF World Commission on Environment and Development 1987, citado por Leida Azocar de Bulgass. Ecoturismo en el Ecuador Trayectoria y desafíos, p.(1)

¹¹ Ecoturismo en el Ecuador Trayectorias y desafíos Colección Sistematización de Experiencias. Publicación regional de Bosques Nativos Andinos-Ecuador 1995, p. (18)

¹² NOBOA Bejarano Gustavo.(17 de Diciembre del 2002): Decreto Ejecutivo No. 3400. RO / 726 de Reglamento General de Actividades Turísticas, P. (11)

Impacto ambiental.- Se lo entiende como los efectos positivos o negativos que se producen en el medio ambiente de una localidad.

Impacto Social.- Mide los beneficios y costo de carácter social que pueden darse en una comunidad.

Marketing Mix.- Es la combinación idónea de lo relacionado a plaza, precio, producto, promoción, de modo de llegar con éxito al mercado objetivo.

Marketing Objetivo.- Estado de privación de un requerimiento básico.

Posicionamiento.- Es la idea e imagen mental que un individuo posee respecto de un bien o servicio.

Preservación.- Se refiere a la no accesibilidad del hombre a ciertos recursos naturales, a fin de que no sean sometidos a ninguna alteración.

Recursos Turísticos.- Los recursos turísticos de que dispone los países están constituidos a la vez por espacios, bienes y valores. Se trata de recursos cuyo empleo no puede dejarse a una utilización incontrolada y correr el riesgo de su degradación, incluso, su destrucción¹³.

Recursos Naturales.- Es el Lugar donde existen condiciones primitivas de flora, fauna y están dedicada a la conservación, investigación y estudio de las riquezas naturales.¹⁴

Tasa interna de Retorno (TIR).- Es la tasa, que aplicada en forma de descuento sobre los flujos netos de efectivo de cada año, iguala el valor de la suma de los flujos ya descontados a la inversión. Es decir es la tasa de rendimiento que han tenido los recursos invertidos en la realización del proyecto.

Tamaño del proyecto.- Capacidad máxima de producción o atención que posea una fábrica o empresa de servicios respectivamente.

Tasa mínima aceptable de rendimiento de un proyecto (TMAR).- Es la tasa fijada por el evaluador de proyectos como mínima a obtenerse, previa la decisión de la ejecución del proyecto. Se toman en cuenta factores como costo del capital, riesgo para su fijación, en el caso que el estudio financiero arroje como tasa de rendimiento una tasa inferior a la TMAR no se debe aceptar el proyecto.

Turismo Cultural.- Es la forma de turismo que involucra al visitante con las diferentes manifestaciones culturales de la localidad, a fin de que puede maravillarse y enriquecer su nivel a la vez que alcanza esparcimiento y relajación.

Turismo Interno.- Es la movilización de personas con fines turísticos dentro de un mismo país.

Turismo Emisor.- Se lo entiende como la salida de personas de un país hacia otro con fines turísticos.

¹³ La declaración de Manila (Organización Mundial del Turismo, Filipinas 1980), expresa en el punto 18 citado por ARQ. Jorge Valencia (<http://www.boletin-turistico.com/comdiccionario/lexico.asp?letra=z>) Diccionario Turístico

¹⁴ INDERENA. 90 citada por Arq. Jorge Valencia (<http://www.boletin-turistico.com/comdiccionario/lexico.asp?letra=z>) Diccionario Turístico.

Turismo Receptor.- Es la llegada de personas provenientes de otros países con fines turísticos.

1.11. CRONOGRAMA DE TRABAJO

ACTIVIDADES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
Desarrollo del Plan	■								
Aprobación del plan por parte de C. de Carrera		■							
Obtener la información requerida		■	■						
Análisis y Síntesis de la Información			■	■					
Redacción del Estudio de Mercado				■					
Revisión de lo redactado por Director y lector				■					
Redacción del Estudio Técnico					■				
Revisión de lo redactado por Director y lector					■				
Redacción del Estudio Financiero						■	■		
Revisión de lo redactado por Director y lector							■		
Redacción de conclusiones y recomendaciones								■	
Revisión del borrador de tesis, por el Director								■	
Realización de correcciones pertinentes									■
Revisión metodológica									■
Realización de correcciones pertinentes									■
Entregade tesis a consejos y recibir fecha defensa pública									■

1.12. PLAN ANALÍTICO

1. CAPITULO I: PLAN DE TESIS

- 1.1. Tema
- 1.2. Antecedentes
- 1.3. Justificación de la investigación
 - 1.3.1. Teórica
- 1.4. Identificación del problema
- 1.5. Delimitación espacial y temporal
- 1.6. Objetivos
 - 1.6.1. General
 - 1.6.2. Específicos
- 1.7. Hipótesis
 - 1.7.1. General
 - 1.7.2. Especificas
- 1.8. Metodología
 - 1.8.1. Tipo de estudio
 - 1.8.2. Método de investigación
 - 1.8.3. Técnicas de recolección de datos
 - 1.8.3.1. Fuentes primarias
 - 1.8.3.2. Fuentes secundarias
 - 1.8.4. Procedimientos de datos
- 1.9. Variables e indicadores
- 1.10. Fundamentación teórica
 - 1.10.1. Glosario de términos
- 1.11. Cronograma de trabajo
- 1.12. Plan analítico

2. CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO SOCIO-ECONÓMICO DE LA PARROQUIA TABABELA EN EL CONTEXTO DEL CANTÓN

- 2.1. Historia de la Parroquia
 - 2.1.1. Hitos históricos de la parroquia
- 2.2. Ubicación geográfica
 - 2.2.1. Demografía
- 2.3. Sistema Ambiental
 - 2.3.1. Clima
 - 2.3.2. Hidrografía

- 2.3.3. Sistemas Montañosos
- 2.3.4. Tipo de terreno
- 2.3.5. Actividades Antrópicas
- 2.4. Patrimonio Natural
- 2.5. Sistema Económico productivo
 - 2.5.1. Agroproducción
 - 2.5.2. Microempresas
- 2.6. Datos económicos y sociales
 - 2.6.1. Trabajo y empleo
 - 2.6.2. Medios de transporte
 - 2.6.2.1. Sistema Vial
 - 2.6.2.1.1. Sistema de señalización
 - 2.6.2.2. Transporte Interno
 - 2.6.3. Medios de Comunicación
- 2.7. Turismo en la zona
- 2.8. Servicios existentes en la zona
- 2.9. Conclusiones

3. CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO

- 3.1. El Producto o prestación del Servicio
- 3.2. Oferta
 - 3.2.1. Cuantificación de la oferta
 - 3.2.1.1. Cuantificación de la oferta turística
 - 3.2.2. Ubicación geográfica de la oferta
- 3.3. Demanda
 - 3.3.1. Análisis del comportamiento histórico de la demanda
 - 3.3.2. Análisis de la demanda del turismo receptor
 - 3.3.2.1. Datos históricos del arribo de visitantes al Ecuador
 - 3.3.2.2. Proyección o estimación del número de extranjeros que llegarán al Ecuador
 - 3.3.2.3. Proyección del número de no inmigrantes
 - 3.3.2.4. Visitas del turismo receptor hacia el cantón Quito
 - 3.3.2.5. Ingreso de divisas por concepto de turismo hacia el Ecuador
 - 3.3.2.6. Estimativo del gasto per cápita del turismo receptor
 - 3.3.2.7. Perfil del turismo receptor
 - 3.4. Análisis de la demanda del turismo interno
 - 3.4.1. Perfil del turismo interno
 - 3.4.1.1. Comportamiento del turismo interno y receptor hacia el cantón Quito parroquia Tababela.

- 3.5. Diseño de la investigación
 - 3.5.1. Cálculo del tamaño de la muestra
 - 3.5.1.1. Desarrollo del cuestionario en función de las necesidades de información previamente fijadas
 - 3.5.1.2. Objetivos claros de Investigación:
 - 3.5.2. Interpretación de los resultados
- 3.6. Delimitación del Mercado al que se dirigirá el proyecto
 - 3.6.1. Determinación de la demanda potencial o aparente
 - 3.6.2. Cuantificar la demanda del mercado objetivo
 - 3.6.3. Demanda insatisfecha
- 3.7. Precios / Tarifas
- 3.8. Promoción
 - 3.8.1. Estrategias de Marketing Mix
- 3.9. Conclusiones del Estudio de Mercado

4. CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

- 4.1. Tamaño (capacidad de servicio), en función de la Demanda
 - 4.1.1. Demanda real-objetivo
- 4.2. Localización
- 4.3. Ingeniería
 - 4.3.1. Definición de la tecnología necesaria para la prestación del servicio
 - 4.3.2. Flujo grama de los procesos de producción (servicios)
 - 4.3.3. Infraestructura de la Hostería
 - 4.3.3.1. Establecimiento de la localización geográfica de la hostería
 - 4.3.3.2. Distribución arquitectónica de las instalaciones (plano)
 - 4.3.3.3. Cuantificación de las construcciones civiles, infraestructura y mobiliario necesario
 - 4.3.4. Cuantificación del talento humano necesario
 - 4.3.5. Organigrama estructural y funcional de la hostería
 - 4.3.5.1. Organigrama estructural
 - 4.3.5.2. Organigrama funcional
 - 4.3.6. Cuantificación de los requerimientos de insumos y materia prima (restaurante)
 - 4.3.7. Aspectos Legales que debe cumplir una hostería
 - 4.3.7.1. Licencia Única Anual de Funcionamiento
 - 4.3.7.2. Registro de turismo

5. Capítulo V: ESTUDIO ECONÓMICO

- 5.1. Inversiones fijas

- 5.1.1. Capital de trabajo
- 5.1.2. Fuentes y uso de fondos
- 5.2. Tablas de amortización de la deuda
- 5.3. Tablas de depreciación y amortización de activos
- 5.4. Balance General Inicial
- 5.5. Estado de Pérdidas y Ganancias
- 5.5.1. Ingresos
- 5.5.2. Costo del Servicio
- 5.5.3. Gasto Operacional
- 5.5.4. Gasto Financiero
- 5.6. Flujo Operacional
- 5.7. Punto de Equilibrio
- 5.8. Presupuesto de Costos e Ingresos
- 5.8.1. Rentabilidad
- 5.8.1.1. Métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo.
- 5.8.1.1.1. Rentabilidad Simple
- 5.8.1.1.2. Razones Financieras

6. Capítulo VI: CÁLCULO DEL VAN Y LA TIR

- 6.1. Métodos de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo.
- 6.1.1. Valor Actual Neto VAN
- 6.1.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)
- 6.1.3. Relación Costo Beneficio (R B/C)

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

CAPITULO II

2. DIAGNOSTICO SOCIO-ECONOMICO DE LA PARROQUIA TABABELA, EN EL CONTEXTO DEL CANTÓN.

2.1. Historia de la Parroquia

La Parroquia de Tababela nace como parte de los llanos o llanuras de Yaruquí. La Misión Geodésica Francesa que llega a lo que hoy es Ecuador en 1736 y recorrió dichas llanuras con el objeto de realizar triangulaciones y mediciones para comprobar la redondez de la Tierra y medir un arco de meridiano.

En sus varios recorridos para señalar y localizar las pirámides de Oyambaro, Oyambarillo y Caraburo, Carlos María de La Condamine, Pedro Burger y Luis Godín, entre otros, se impresionaron con la topografía del terreno y afirmaron que este territorio se asemejaba a una "Tabla bella", palabras pronunciadas en francés, que, al traducirse al castellano, quedaron como "Tababela", de suerte que el nombre de Tababela se ha conservado más o menos desde 1740 hasta nuestros días.

Cabe recalcar que los geodésicos llegaron primero al centro de la parroquia de Yaruquí pero al no encontrar un lugar donde puedan permanecer fueron invitados a permanecer en la hacienda de San Antonio que estaba en poder de los jesuitas.

El territorio de Tababela Nace formado de una pequeñísima población central y las haciendas Oyambarillo, San Antonio, la quinta de propiedad del sr. Carlos Vega, hijo del famosísimo señor Felicísimo Vega, quien era dueño de 36 haciendas en el sector, aclarando que muchas de ellas tenían los siguientes límites se subían a la parte más alta de cada una de ellas y decía el dueño "hasta donde alcanzas a ver y un poquito más allá es mi hacienda. (Palabras textuales). Estas haciendas fueron: Hacienda de Guambi, San Agustín, Santa Rosa, La Merced de Caraburo y la Compañía que hoy forman parte del sitio donde está asentado el nuevo aeropuerto de Quito y del país en TABABELA.

Después de vivir 212 años como caserío de la Parroquia de YARUQUI, sus habitantes hacen las gestiones para el caserío, para transformarlo a Parroquia, los principales gestores fueron: los señores Carlos Garzón Nicolás Baquero (papá del señor Galo Baquero que por muchas ocasiones

fue presidente de la parroquia.) Sr. Justo Coello, Alfonso Tobar, Gonzalo Garzón, Juan Escalante, entre otros.

Desde la Colonia Tababela en calidad de anejo, estuvo circunscrita administrativamente a Yaruquí, por tanto, no se puede brindar una apreciación particular de su historia. En ese período constituyó doctrina de Yaruquí, en razón de que su población indígena recibía adoctrinamiento. Por la ubicación geográfica de la zona, al estar atravesada por la línea equinoccial, la Misión Geodésica Francesa realizó sus estudios de triangulación y medición para comprobar la redondez de la Tierra y medir un arco de meridiano. Las pruebas del paso de la Misión por este sector constituyen las pirámides de Oyambaro, Oyambarillo y Caraburo, esta última localizada en la parroquia de Tababela.

Tababela adquiere la categoría de parroquia rural, el 13 de junio de 1952, (Registro Oficial No. 1138). Se considera que reúne las condiciones exigidas para constituirse en parroquia, según Ordenanza Municipal sancionada el 17 de junio de 1935.¹

2.1.1. Hitos históricos de la parroquia

a. En lo económico

AÑO	HITO	IMPACTO POSITIVO	IMPACTO NEGATIVO	OBSERVACIONES
1970	Expropiación de tierras por parte de la Dirección de Aviación Civil	Implementación del Nuevo Aeropuerto	Afectación en las actividades cotidianas de la parroquia, contaminación ambiental	
1980	Inicio de las plantaciones de flores	generación de empleo, producción para mercado nacional y para	Contaminación sobre explotación del recurso suelo	

¹Plan de desarrollo 2002 CPP,

		exportación		
--	--	-------------	--	--

b. En lo social

AÑO	HITO	IMPACTO POSITIVO	IMPACTO NEGATIVO	OBSERVACIONES
1736	Llegada de misión Geodesica	Se realizan triangulaciones desde este sector para medir un arco de meridiano y comprobar la redondez de la tierra		Es parte de la comprobación de la redondez de la tierra
1740	Carlos María de La Condamine, Pedro Burger y Luis Godín califican a esta llanura como “cuadro bella”, que traducido del francés al castellano es Tababela	Se enuncia el nombre de la parroquia		
1998	Se formó en Centro Cultural Tababela	Impulsa el arte y folclor con música y danza.		Ahora llamado Centro de Arte y Cultura Integración Andina J&D Tababela
1952,	adquiere la categoría de parroquia rural			

c. En lo ambiental

AÑO	HITO	IMPACTO POSITIVO	IMPACTO NEGATIVO	OBSERVACIONES
1940	Funcionamiento de la Acequia Guambi	Dotación de agua para regadío a la población de Tababela anteriormente perteneciente a Yaruquí.		
	Funcionamiento de la Acequia del Pueblo			
	Ramales del Canal del Pisque			
2006	Nuevo Aeropuerto para el Distrito Metropolitano de Quito		<ul style="list-style-type: none"> • Generación de material particulado (polvo), • Generación de ruido • Posibles afectaciones al avifauna del sector 	El proyecto presenta diferentes impactos por etapas, evidenciados tanto en la construcción como en la operación y/o funcionamiento del mismo

2.2. Ubicación geográfica

Tababela está dentro del Distrito Metropolitano de Quito, sector Nor Oriental a 25 kilómetros de la ciudad de Quito; entre los meridianos 78 y 79 de Longitud Occidental y entre el paralelo 0 y 1 de longitud sur, pasando por un costado de la parroquia la Panamericana Norte y en la parte superior tenemos a la línea férrea que nos sirve de límite con la parroquia de Yaruquí; Tababela es parte del hemisferio norte y sur.

- **Límites**
Norte con la Parroquia Guayllabamba,
Sur, con la Parroquia Pifo,
Este con la Parroquia Yaruquí y
Oeste con las Parroquias Puembo y Llano Chico.
- **Altitud**
Altura 2.519 sobre el nivel del mar

- **Superficie**

21.11 Kilómetros cuadrados

2.2.1. Demografía

Cuadro No. 1

Población de la parroquia Tababela

Parroquias(de la zona o Cantón)	Población Total	Población Urbana	%	Población Rural	%
Tababela	2823	902	39.61	1375	60.38

Fuente: Censo INEC 2010

Elaboración: Autoras

Cuadro No. 2

Población total de la parroquia Tababela, según género

Parroquias (de la zona o cantón)	Población Total	Hombres	%	Mujeres	%
Tababela	2823	1.400	49.59	1.423	50.41

Fuente: Censo INEC 2010

Elaboración: Autoras

2.3. Sistema Ambiental

2.3.1. Clima

El clima del sector es temperado seco, con inclinación a subtropical; por tanto, es un clima maravilloso, completamente sano y muy ambicionado.

2.3.2. Hidrografía

El territorio parroquial pertenece a la sub-cuenca del río Guayllabamba, posee 2 micro-cuencas, mismas que son compartidas con los territorios de: Puembo por el Río Guambi y Yaruquí por la Q

Santa Rosa; con un porcentaje del territorio de drenajes menores que se dirigen hacia el río Guayllabamba, siendo su distribución al interno la siguiente:

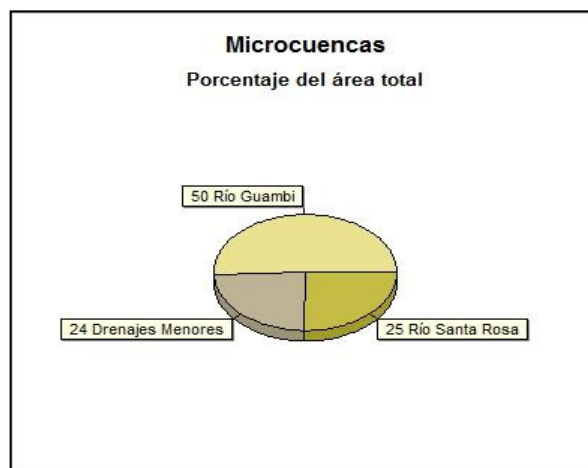
Cuadro No. 3

Gráfico No. 1

Áreas de las Micro-cuencas

Microcuencas

Área Territorial por Micro cuenca		
Micro-cuenca	Área (ha)	Porcentaje (%)
Drenajes Menores	611	24
Río Guambi	1.279	51
Río Santa Rosa	650	25
Total	2.540	100



El territorio parroquial tiene como principales cuerpos hídricos a los ríos: Guambi, Guayllabamba, Urabía y Q Santa Rosa; que además son los componentes naturales que limitan la parroquia, mientras que al interior del territorio encontramos a la quebrada de Alpachaca.

En lo que se refiere a infraestructura de regadío, en el territorio parroquial se encuentran las siguientes: Acequia Guambi, Acequia del Pueblo y el Canal del Pisque

2.3.3. Sistemas Montañosos

De manera general la parroquia no tiene montañas. Está constituida por una enorme planicie que dio origen a su nombre: Tababela = Tabla Bella; si esta es la parroquia se deduce porque se eligió el sector para la construcción del aeropuerto, por ser una enorme planicie.

2.3.4. Tipo de terreno

La mayor parte del territorio cuenta con suelos de tipo Entisol, el cual está representado en un 49,55%, con combinaciones de suelos tipo Entisol y suelo Misceláneo, representando por los siguientes porcentajes:

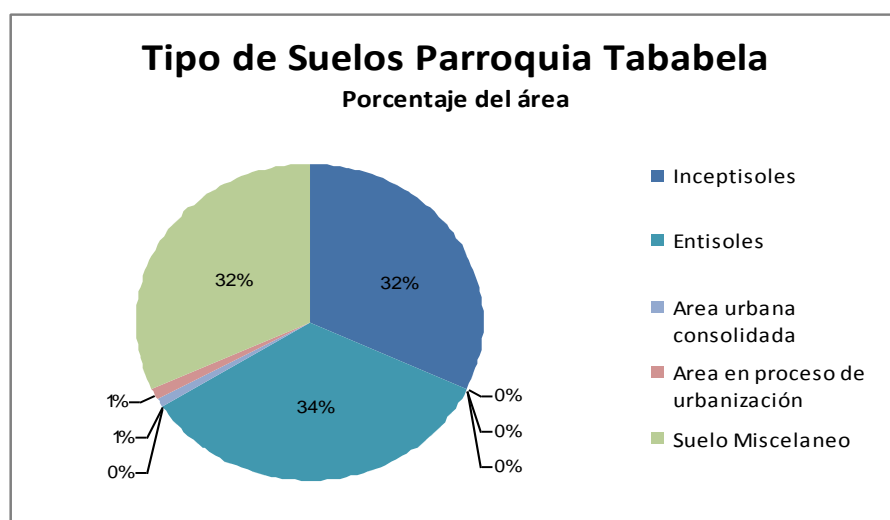
Cuadro No. 4

Tipo de terreno

ORDEN	Descripción	PORCENTAJE (%)	AREA (Ha)
Inceptisoles	Suelos jóvenes poco desarrollados en los que al comienzo o principio del desarrollo del perfil es evidente	31,81	803
Entisol		34,9	868
Area en proceso de urbanización		0,88	22
Suelo Miscelaneo		32,07	809
TOTAL		100,00	2524

Gráfico No. 2

Tipos de suelo parroquia Tababela



2.3.5. Actividades Antrópicas

Entre las principales actividades antrópicas identificadas en el territorio se evidencia al Aeropuerto Internacional del Distrito Metropolitano de Quito, florícolas, plantaciones en general.

a. Incidencia.-

Cuadro No.5

Incidencia sobre el componente abiótico

Ubicación/ Sector	PROBLEMÁTICA	
	Factor de Influencia	Incidencia al Recurso Natural
San Agustín- Santa Rosa, San Rafael, El Vergel, Oyambarillo, Guambi Tababela	Construcción de Aeropuerto	Recurso Aire
Vergel	Descargas líquidas, Plantel avícola	Alpachaca, Recurso Aire
Alpachaca	Plantaciones, actividad porcícola	Recurso suelo
Santa Rosa Guambi	Residuos de Florícolas, plantaciones, actividad porcícola	Recurso suelo
Tababela Centro	Pequeñas plantaciones de flores	Recurso suelo y aire

Fuente: Consejo Parroquial de Planificación 2010

Elaboración: Autoras

Cuadro No. 6

Incidencia sobre el componente biótico

Ubicación/ Sector	PROBLEMÁTICA			
	Perdida de vegetación / bosques	Área Aproximada (Ha o m2)	Especie representativa	Factor de influencia
San Antonio	Si	1 Ha	Eucaliptos	Venta de Terreno cambio de uso de suelo por cultivos
Tababela Centro	Si	1 Ha	Eucaliptos	Venta de Terreno cambio de uso de suelo por cultivos

Fuente: Consejo Parroquial de Planificación 2010

Elaboración: Autoras

2.4. Patrimonio Natural

En el territorio parroquial no evidencia una abundante riqueza ecológica, sin embargo se registra pequeñas zonas que deberán ser conservadas y recuperadas, como el sector del Río Guambi, considerado desde san Antonio hasta la entrada del nuevo aeropuerto.

En lo referente a la cobertura vegetal, se ha evidencia la presencia de una combinación entre Cultivos, Vegetación Arbustiva Seca (VMs) y Húmeda (VMh) y pastos en el sector considerado fuera del Aeropuerto, siendo su distribución de la siguiente manera:

Cuadro No. 7

Cobertura Vegetal

COBERTURA VEGETAL (NIVEL II)	AREA (Has)	AREA (KM²)	PORCENTAJE (%)
Agua en cauces artificiales (AA)	1	0,01	0,04
Agua en cauces naturales (AN)	3	0,03	0,14
Bosques plantados - coníferas (SP)	5	0,05	0,20

Bosques plantados - latifoliadas(SP)	82	0,82	3,24
Cultivos (CA)	487	4,87	19,18
Infraestructura (I)	346	3,46	13,64
Pastos (PC)	137	1,37	5,38
Vegetación arbórea seca (VAs)	1	0,01	0,03
Vegetación arbustiva húmeda (VMh)	272	2,72	10,72
Vegetación arbustiva seca (VMs)	1191	11,91	46,89
Vegetación herbácea seca (VHs)	14	0,14	0,54
TOTAL	2540	25,40	100,00

2.5. Sistema Económico productivo

2.5.1. Agroproducción

El enfoque principal de la parroquia está dirigido hacia las actividades agrícolas y pecuarias como rama primaria de la actividad económica de la población y a su vez son las fuentes principales sobre las que se mueve y se dinamiza la economía propia de la población.

Siendo la producción de granos, hortalizas, frutas, como tomate de árbol, la frutilla y las rosas las que dinamizan el mercado laboral, así mismo en menor escala la actividad ganadera está orientada a la producción de leche y lo que respecta a la crianza de animales menores.

Para mencionar un sector secundario en actividad económica podemos tomar en cuenta las microempresas productivas y personas que laboran en el área de la construcción, como podemos notar, en esta rama secundaria existe importante población involucrada sobre todo en producción ya que no existen industrias en la zona.

Tababela cuenta con 21,11 km² con altitud promedio de 2.647 msnm, posee altos rangos de humedad en algunas áreas y en otras bajos de humedad dependiendo si se alejan hacia el occidente del área debido a que el bosque húmedo montano bajo, predominante en la zona, está en un límite de transición al bosque seco montano bajo del occidente del distrito metropolitano de Quito. La temperatura promedio varía de 14°C a 15 °C.

Se la puede catalogar a Tababela como una parroquia que posee una economía en crecimiento puesto que sus habitantes tienen garantizado el abastecimiento de alimentos para sus hogares,

especialmente en productos agrícolas, ganaderos y pecuarios de clima frío, mientras que productos como arroz, azúcar, aceite, y otros de consumo o necesarios en la canasta básica se los adquiere en la ciudad, mientras que los excedentes de producción agropecuaria van a los principales mercados nacionales.

Cuadro No. 8

Actividades y productos agroproductivos

Parroquia Tababela

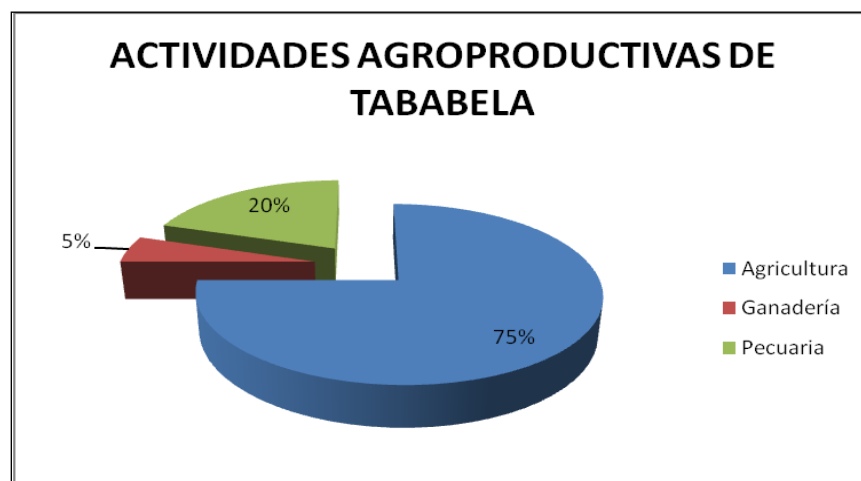
Actividades Productivas	Tipo de Producción o cultivos	Principales mercados de comercialización
Agricultura	Lechuga,	Quito
	tomate,	Quito
	pimiento,	Supermercados de Quito, PRONACA, Snob, SUPERMAXI
	papas,	Localidad y en Quito
	maíz,	Localidad y en Quito
	frejol,	Localidad y en Quito
	alcachofa	Quito
	Frutilla,	Localidad y en Quito
	manzana,	Quito
	durazno	Quito
	Crisantemo,	Quito y mercado externo
	ilusión,	Quito y mercado externo
	girasol	Quito y mercado externo
Ganadería	Bovinos de Leche	Localidad
Pecuaría	Pollos, Pavos	Quito

Fuente: Diagnóstico participativo PDOT

Elaboración: Equipo Técnico

Gráfico No. 3

Actividades agroproductivas de la parroquia Tababela



La parroquia de Tababela tiene un gran potencial en lo que se refiere a la producción agrícola especialmente en la florícola con la producción de crisantemos, ilusión y girasol; hortícola como lechuga, tomate, pimiento, papas, maíz, fréjol, alcachofa, la producción frutícola como frutilla, manzana, durazno; ganadería de leche y la producción avícola en la crianza de pollos y pavos. Actualmente la mayor parte de la parroquia se dedica a producir flores y a la producción frutas.

La parroquia cuenta con dos infraestructuras para la actividad agropecuaria estas son: Canal de Riego El Pisque que se encuentra en buen estado y abastece de agua a casi toda la población de Tababela además cuenta con un mercado improvisado pero que se mantiene en buen estado que sirve para el acopio y comercialización de los productos de la zona.

Cuadro No. 9

Problemas y causas del sector agroproductivo

Problemas	Causas
Baja productividad por hectárea	No cuentan con tecnología agropecuaria adecuada, falta de capital.
Excesiva intermediación de productos agropecuarios	Falta de asociatividad de los productores
Incremento de construcciones	Construcción del nuevo aeropuerto y zona industrial

2.5.2. Microempresas

Cuadro No. 10

Microempresas

NOMBRE DE LA ASOCIACIÓN O MICROEMPRESA	ACTIVIDAD O GIRO	NÚMERO DE EMPLEADOS O SOCIOS(ESTIMADO)	UBICACIÓN
Agrícola Baquero	Flores	15	Guambi
Florícola B & Rodríguez	Flores	7	Barrio Central
Avícola Vargas	Avícola	4	El vergel
Granja Porcina	Cerdos	3	Santa Rosa

La Parroquia de Tababela se dedica a actividades agrícolas fundamentalmente la floricultura es una actividad que surge con éxito, su producción y comercialización hacia mercados nacionales e internacionales va en constante expansión así como la producción de hortalizas, frutilla, también existen granjas avícolas y de cerdos que mayoritariamente es comercializado en Quito.

La actividad micro empresarial de la parroquia gira alrededor de unidades productivas familiares relacionadas a la producción agropecuaria y especialmente a la actividad comercial así como de servicios

Las actividades como la piscicultura, explotación minera metálica y no metálica, la industria, gran empresa y manufactura no existen en la zona, ya que en la parroquia no se ha dado un importante crecimiento económico, lo que ha limitado que se instalen empresas industriales que generen empleo para las personas de la zona.

2.6. Datos económicos y sociales

2.6.1. Trabajo y empleo

Cuadro No. 11

Análisis de las principales actividades que generan empleo en la parroquia Tababela

ACTIVIDADES ECONÓMICAS GENERADAS POR LAS EMPRESAS DE EMPLEO	% DE GENERACIÓN DE EMPLEO	ESPECIALIZACIÓN DE LA MANO DE OBRA	SITIOS DONDE TRABAJAN (MIGRACION LABORAL).	CONDICIONES DE AUTOMATIZACIÓN EMPLEO.	SITUACIÓN DEL COMERCIO INFORMAL	PROBLEMAS DETECTADOS
Agrícola	70%	Calificada y no calificada	Florícolas aledañas	Formal e Informal	Mercado imperfecto (hortalizas)	No hay presupuesto, créditos, ni técnicos en el tema de manejo y proceso de cultivos. -No hay maquinarias y el costo es excesivo. -No hay apoyo para el desarrollo agroproductivo
Ganadería	5%	Calificada y no calificada	Locales propios	Informal	Mercado imperfecto	Falta mejoramiento genético

Inmobiliario	12%	Calificada y no calificada	Localidad	Formal		Migración mano de obra
Comercio	7%	Calificada y no calificada	Locales propios	Formal e Informal	Mercado imperfecto	Falta de capacitación en marketing
Turismo	6%	Calificada y no calificada	Localidad	Formal e Informal	Mercado imperfecto	Falta de promoción turística y capacitación

Cuadro No. 12

Indicadores socio-económicos

<i>DESCRIPCION</i>		<i>TABABELA</i>
Población Económicamente Activa (PEA)	Hombres	620
	Mujeres	307
	Total	927
Población en Edad de Trabajar (PET)	Hombres	839
	Mujeres	815
	Total	1,654
* Sectores Económicos	Primario	474
	Secundario	152
	Terciario	407
	Trabajadores Nuevos	4
	Total	1,037
Tasa bruta de participación laboral%	Hombres	54.63
	Mujeres	26.88

	Total	40.71
Tasa global de participación laboral%	Hombres	73.90
	Mujeres	37.67
	Total	56.05
Tasa bruta de ocupación%	Hombres	73.66
	Mujeres	37.42
	Total	55.80
Tasa global de ocupación%	Hombres	99.68
	Mujeres	99.35
	Total	99.57
Tasa de dependencia económica%	Hombres	83.06
	Mujeres	271.99
	Total	145.63
Tasa de desempleo%	Hombres	1.29
	Mujeres	2.61
	Total	1.73

Aproximadamente el 75% de la población económicamente activa se dedica a la agricultura y ganadería. Entre los productos agrícolas se destaca el cultivo de Lechuga, tomate, pimiento, papas, maíz frejol, alcachofa; frutas como, manzana, frutilla y durazno, flores como Crisantemo, ilusión, girasol. Otro sector que genera empleo es el sector inmobiliario con el 12%, el comercio con un 7% y por último y con un menor porcentaje el sector turismo con un 6%.

La expansión de las actividades productivas y de servicios no ha ocasionado apareamiento de grupos de intermediación financiera que entren fluidez a las operaciones de comercio exterior y otras.

2.6.2. Medios de transporte

2.6.2.1. Sistema Vial

Dentro de los pasos importantes que se han dado para mejorar la calidad de vida de las comunidades está el Plan de Ordenamiento Territorial, uno de cuyos componentes de suma importancia es el sistema de vialidad.

A la parroquia se puede realizar el ingreso por medio de la vía Panamericana (ver Anexo No. 1) con una trayectoria que viene desde la parroquia de Pifo y hace la salida por el lado norte hacia la parroquia de Yaruqui, la misma que se encuentra en condiciones de regular aceptación para el tráfico que viene utilizando por lo que es necesario realizar mantenimiento rutinario; así como por lo señalado, esta vía debe ser mejorada, por lo que en la actualidad se está realizando su ampliación a cuatro carriles para obtener un flujo dinámico.

También, la transportación, puede realizar la entrada y salida a la parroquia por medio de la vía secundaria denominada calle Quito, misma que, facilita el acceso desde y hacia la parroquia vecina de Yaruquí.

Los barrios y comunidades están conectados principalmente a la cabecera parroquial por vías de orden secundario; algunas de ellas se enlazan con la vía Panamericana y otras están junto al conector Alpachaca, parte se encuentran empedradas y afirmadas mismas que no prestan un servicio bueno por daños constantes que tienen tanto por el propio tráfico como por el efecto del invierno y la falta de mantenimiento, también se debe señalar que todas estas vías se conectan con la vía Panamericana para luego conducir hacia diferentes ciudades.

En la parroquia se tiene el principal colector vial que es la Panamericana, la misma que cruza por el centro de la parroquia y a la que llegan diferentes vías

Además lo relacionado a vías colectoras, tenemos que la parroquia cuenta con vías secundarias que unen desde diferentes barrios y comunidades las que sirven para este efecto, añadiéndose que todas estas vías colectoras secundarias coincidentemente se conectan con el colector principal denominado como Panamericana E35, que en un futuro próximo se verá incrementado el flujo vehicular debido a su conexión con el conector Alpachaca que conduce al Aeropuerto Internacional que entrará en funcionamiento.

Cuadro No. 13
Inventario vial de parroquia

	LONGITUD (km)	ANCHO (M)	ALCANTARILLADO	CAPA DE RODADURA	ESTADO	SENTIDOS	OBSERVACION
ALFONSO TOBAR	0,600	8	SI	ADOQUIN	BUENO	DV	EN TRAMO DE 500 MTS.FALTA ADOQUINAR Y BORDILLOS-SECTOR GUAMBI
29 DE ABRIL		8,5				DV	
LA CONDAMINE	0,300	6	SI	ADOQUIN	REGULAR	DV	CONSTRUCCION RECIENTE
JUSTO COELLO	0,530	8	SI	ADOQUIN	BUENO	DV	
PEDRO VICENTE	0,450	7	SI	ADOQUIN	BUENO	DV	

MALDONADO							
PASAJE UNION	0,150	3,5	NO	TIERRA	MALO	1V	ESTA POR DEFINIRSE CON EL MUNICIPIO
PASAJE S/N(SANCHEZ)	0,150	8	NO	TIERRA	MALO	DV	ESTA POR DEFINIRSE CON EL MUNICIPIO
1°DE NOVIEMBRE	0,300	7	NO	ASFALTAD O	BUENO	DV	
1°DEMAYO	0,500	5	NO	0,450MTS TIERRA 0,50 PIEDRA	MALO MALO	DV	BORDILLOS POR CONSTRUIR
PASAJE PIZARRO	0,100	3	NO	TIERRA	MALO	1V	ESTA POR APROBARSE CON EL MUNICIPIO
NICOLAS BAQUERO	2,450	8	SI	0,920 TIERRA 1,530 PIEDRA	MALO MALO	DV	400 MTS. TIENEN BORDILLO
24 DE	3,800	9	SI	1660	BUENO	DV	500

SEPTIEMBRE				TIERRA 1340 ADOQUIN 800 ASFALTO	BUENO		MTS.FALTA ADOQUIN Y BORDILLOS- SECTOR GUAMBI
PASAJE VALLEJO	0,170	4,5	SI	TIERRA	MALO	DV	
TULIO GARZÓN	1,800	8	SI	ASFALTO	BUENO	DV	FALTAN 600 MTS. DE ADOQUIN
TOBIAS TRUJILLO	0,270	4,5	SI	TIERRA	MALO	DV	
CARLOS GARZÓN	1,660	8	NO	0,270 TIERRA 0,340 ADOQUIN 1,050 PIEDRA	MALO BUENO MALO	DV	EXISTE UN TRAMO DE 500 MTS DE ALCANTARIL LADO (VIA ANTIGUA QUE CONECTA

							CON LAS PARROQUIAS DE PUEMBO Y YARUQUI)
COTOPAXI	1,800	8	NO	TIERRA	MALO	DV	
HUMBERTO PUGA	1,600	7,5	SI	TIERRA	MALO	DV	BORDILLOS POR CONSTRUIR
PASAJE DE LA HCDA.VIEJA	0,240	5	NO	TIERRA	MALO	DV	
PASAJE S/N	0,100	4,2	NO	TIERRA	MALO	DV	ESTA POR DEFINIRSE
PASAJE DE LA PEÑA	0,180	4,6	NO	TIERRA	MALO	DV	ESTA POR DEFINIRSE
PASAJE EL ARUPO	0,250	4	SI	TIERRA	MALO	DV	
SANTA ROSA	2,300	5	NO	TIERRA	MALO	DV	JUNTO AL CONECTOR ALPACHACA. NO ESTA

							DEFINIDO
CAMPO DURO	2,500	7	NO	1,750 TIERRA 0,750 PIEDRA	MALO	DV	800MTS.NO TIENEN ALCANTARIL LADO
6 DE DICIEMBRE	0,450	8	SI	TIERRA	MALO	DV	ALCANTARIL LADO CONS- TRUIDO POR LA COMUNI- DAD.
SAN PEDRO"A"	1,300	7	SI	PIEDRA	MALO	DV	SALE A LA QUITO.ALCAN - TARILLADO POR CONSTR.
SAN PEDRO"B"	0,240	7	NO	TIERRA	MALO	DV	SALE DE LA QUITO.ALCAN - TARILLADO POR CONSTR.
14 DE JULIO	0,170	6	NO	TIERRA	MALO	DV	

SAN ANTONIO	0,400	7	NO	TIERRA	MALO	DV	SALE A LA PANAMERICA NA
LUIS GODÍN	0,150	7	NO	TIERRA	MALO	DV	VIA QUE DEBE SER ABIERTA AL PIE DEL ESTADIO(24 DE SEPTIEMBRE)
SAN PABLO	1,600	8	SI	ASFALTO	BUENO	DV	VIA EN BUEN ESTADO
CALLE QUITO	2.00	8	SI	ASFALTO	BUENO	DV	VIA A YARUQUÍ..LL EGA A LA PANAMERICA NA E35

Fuente: Consejo Provincial de Pichincha

Elaboración: Autoras

Cuadro No. 14
Inventario de puentes de parroquia Tababela

Nombre Del puente	Ubicacion	Longitud (m)	Ancho (m)	Material de construcción	Estado	Observaciones
Del aeropuerto	Av. Del Aeropuerto	216	12	H.a	bueno	Construcción nueva. Pasamanos metálico
Peatonal	Entrada al Vergel	146	2.50	H.a hierro	bueno	Construcción nueva Pasamanos metálico

Fuente: Consejo Provincial de Pichincha

Elaboración: Autoras

2.6.2.1.1. Sistema de señalización

La parroquia de Tababela no cuenta con un sistema de señalización adecuado; sin embargo, en el centro urbano existe únicamente una señalización horizontal, no así en el conjunto de los barrios, que están desprovistos de un sistema de señalización que ofrezca una seguridad vial a los usuarios. Para resolver esta falencia, las autoridades de la parroquia han emprendido los correspondientes trámites ante la Jefatura Provincial de Tránsito a fin de poder contar en un corto plazo con un sistema de señalización integral.

2.6.2.2. Transporte Interno

Los pobladores de la parroquia no cuentan para su movilidad interna con transporte público que les facilite el traslado a las demás parroquias desde sus respectivos barrios y entre ellos. Para poder movilizarse tienen que salir a la Panamericana y hacer uso de los buses que realizan recorridos desde las parroquias vecinas y desde la capital, con un tiempo de traslado a Quito de 1 hora y al Quinche de media hora. Las cooperativas de transporte interparroquial utilizadas para el efecto son: la Cooperativa de buses Reina del Quinche y, la Cooperativa Yaruquí. Otra alternativa para su movilización con la que cuentan los pobladores de Tababela son las cooperativas de camionetas :

- Cooperativa Tablabella con 14 unidades, la misma que viene ofreciendo sus servicios desde hace seis años.

- Cooperativa Transvergel, con siete unidades y cinco años de servicio a la parroquia.

La parroquia también cuenta con dos cooperativas de taxis :

- Taxis ejecutivos Tababela (en proceso de legalización) con veinte unidades y cuatro años de servicio a la comunidad.
- Cooperativa de taxis Central Oyambarillo, (en proceso de legalización) con veinte unidades y cinco años de servicio a la comunidad.

Cuadro No. 15

Transporte interno

Nombre de la organización	Sector	Actividad	Ubicación
Económico			
➤ Cooperativa de Taxis Tababela	Transporte	Trasporte de Pasajeros	Tababela
➤ Cooperativa de camionetas Tababela	<i>Transporte</i>	Trasporte de Productos	Tababela
➤ Cooperativa Trans. Vergel	<i>Transporte</i>	Trasporte de Pasajeros	Tababela

Fuente: Agencia Nacional de Transito

Elaboración: Autoras

2.6.3. Medios de Comunicación

Cuadro No. 16

Cobertura telefónica en la parroquia

BARRIO	CNT	PORTA	MOVISTAR	COBERTURA DE INTERNET	EQUIPAMIENTO	RED ELÉCTRICA	OBSERVACIONES
Comuna de Oyambarillo	Si	Si	Si	30% SI	Si	Si	Faltan cabinas telefónicas
El Vergel	si	Si	Si	30% SI	Si	Si	Faltan cabinas telefónicas
Centro de la Parroquia	Si	Si	Si	50% SI	Si	Si	
Comuna de Guambi	si	Si	si	NO	NO	SI	No existen cabinas telefónicas
El Vergel Bajo	Si	Si	SI	NO	NO	SI	Sector disperso de la parroquia
Santa Rosa	NO	Si	No	NO	NO	SI	Sector disperso de la parroquia

San Rafael	No	SI	SI	NO	NO	SI	Sector disperso de la parroquia
San Antonio	SI	SI	SI	NO	NO	SI	Sector disperso de la parroquia

Fuente:Superintendencia de Telecomunicaciones

Elaboración: Autoras

Como se observar en el cuadro N°16 ,de acuerdo a la percepción de las autoridades de la Junta Parroquial, los únicos barrios que no tienen servicio telefónico de CNT son los barrios de Santa Rosa, San Rafael y San Antonio, debido sobre todo a que son barrios distantes y de población dispersa. El área urbana goza de un buen nivel de servicio por parte de CNT. Cabe señalar que, la señal de los operadores de la telefonía móvil cubre toda la parroquia.

Cuadro No. 17

Cobertura de internet en la parroquia

BARRIO	INTERNE T DE ALQUILE R	INTERNE T PUBLICO	CABINAS TELEFÓNIC AS	TELÉFONO RESIDENCIA L	OBSERVACIO NES
Comuna de Oyambarillo	SI	NO	SI	SI	No se cuenta con un servicio de Internet publico y el servicio actual no es suficiente
El Vergel	SI	NO	SI	SI	No se cuenta con un servicio de Internet público y el servicio actual no es suficiente
					No se cuenta con

Centro de la Parroquia	SI	NO	SI	SI	un servicio de Internet público y el servicio actual no es suficiente
Comuna de Guambi	NO	NO	NO	SI	No hay cobertura telefónica, ni de Internet
El Vergel Bajo	NO	NO	NO	SI	No existe cobertura de red de internet, teléfono
Santa Rosa	NO	NO	NO	NO	No existe cobertura de red de internet, teléfono
San Rafael	NO	NO	NO	NO	No existe cobertura de red de internet, teléfono
San Antonio	NO	NO	NO	NO	No existe cobertura de red de internet, teléfono

Fuente: Consejo Provincial de Pichincha

Elaboración: Autora

La red telefónica de Tababela pertenece a la de Puembo. Tababela no tiene red independiente. De acuerdo a la información de percepción dada por las autoridades de la Junta Parroquial, los niveles

de cobertura y acceso de la población a los sistemas de conectividad (teléfono, Internet) no abarca a toda la parroquia, sin embargo, hay que señalar que, en las zonas florícolas el nivel es mejor.

En relación al equipamiento (cabinas telefónicas e Internet) los centros principales tienen un nivel aceptable, tal como se puede apreciar en el Cuadro N°16, no así los barrios dispersos donde dicho equipamiento no existe.

2.7. Turismo en la zona

Cuadro No. 18

Atractivos turísticos de la parroquia Tababela

ATRACTIVO TURÍSTICO (NOMBRE)	UBICACIÓN	TIPO DE TURISMO (ACTIVIDAD TURÍSTICA, CULTURAL, ECOLÓGICA, GASTRONÓMICA , ETC.)	ORIGEN DE TURISTAS (LOCAL, NACIONAL Y EXTRANJERO)	TIPO DE ADMINISTRACIÓN (COMUNITARIA, PÚBLICA, PRIVADA, MIXTA)
EXISTENTES				
El higuerón	Barrio Guambi	Turístico aventura ecológica y gastronomía	Local y nacional	Privada
El molino	Barrio Guambi	Turismo ecología	Local y nacional	Privada
Hostería mi huasipungo	24 de septiembre y 1ro de mayo	Turístico, recreacional y gastronomía	Local, nacional y extranjera	Privada
Hostería el colibrí	24 de septiembre y pasaje Tobías Trujillo	Turístico, ecológica gastronomía	Local y nacional	Privada

Complejo turístico el vergel	Vía interoceánica sector el vergel	Turístico, recreacional y gastronomía	Local y nacional	Privado
Pirámides de, Oyambarillo, Caraburo y vergel	En Oyambaro, Oyambarillo, vergel	Turístico	Local	Publico
El Molino	Nicolás Baquero	Turismo, ecología, infraestructura	Local	Publico

SERVICIOS TURISTICOS
Gastronomía
Áreas deportivas
Piscinas, hidromasajes.
HOTELES, HOSTERIAS
Hostería Mi Huasipungo
Hostería El Colibrí
Hotel-Hostería El Vergel
Hostería María
RESTAURANTES
Restaurant Bachita
BARES
No cuentan

Fuente: Consejo Provincial de Pichincha

La actividad turística de la parroquia está orientada hacia el turismo de aventura, turismo ecológico, turismo recreacional, turismo histórico y científico, turismo gastronómico.

Tababela cuenta con grandes atractivos turísticos ecológicos entre las principales están: Las pirámides las cuales sirvieron como referencia para que la Misión Geodésica Francesa pueda medir el Cuadrante del Meridiano Terrestre.

También se encuentran como atractivos turísticos: El Molino y el Rio de Guambi; los Complejos de El Vergel y El Higuerón que cuentan con una maravillosa infraestructura y por último la recién construida Iglesia que se constituye en un verdadero complejo por tener una gran infraestructura.

Su clima produce la admiración de quienes lo visitan y el deseo de quedarse a vivir en Tababela. Debe señalarse también como atractivo el nuevo Aeropuerto de Quito, hoy en construcción.

Al centrarse nuestro tema en el estudio de pre-factibilidad de implantar una hostería en la parroquia, hemos investigado cuatro hosterías, las mismas que describimos a continuación:

Cuadro No.19
Descripción de la Hostería Mi Huasipungo

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Mi Huasipungo	
CATEGORÍA: Alojamiento	TIPO: Turístico
Fotografía N° 1 <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>DESCRIPCIÓN: Está en funcionamiento desde agosto del 2008. Entre los servicios que presta están: Hospedaje, canchas de fútbol, volley, piscina temperada cubierta , sauna, hidromasaje, servicio de restaurante, salón de juegos, sala de karaoke y espacios verdes de recreación.</p> <p>DIRECCIÓN: Calle 1ro de Mayo No.646 y Av. 24 de Septiembre.</p> <p>DISTANCIADO DE : La Hostería El Aguacate 1 Km.</p> </div> <div style="width: 45%; text-align: center;">  </div> </div>	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autoras

Cuadro No.20

Descripción del complejo turístico El Vergel

NOMBRE DEL ATRACTIVO: El Vergel	
CATEGORÍA: Alojamiento	TIPO: Turístico
<div>A photograph showing the entrance to the Complejo Turístico El Vergel. A large sign on the right lists amenities: PISCINA TEMPERADA CUBIERTA, SAUNA, TURCO, HIDROMASAJE, BAÑO POLAR, BAÑOS DE CAJÓN, CANCHAS DEPORTIVAS, BAR RESTAURANTE, and 24 HOURS lodging. The sign also provides phone numbers 2 391 550 and 2 778 318. In the background, there is a building with a sign that says 'HOTEL' and a car parked near the entrance.</div> <p>Fotografía N° 2</p> <p>DESCRIPCIÓN: Está en funcionamiento desde 1995. Entre los servicios que presta están: Hospedaje, canchas deportivas, piscina temperada cubierta sauna, turco, hidromasaje, baño polar, baños de cajón, bar restaurante.</p> <p>DIRECCIÓN: Panamericana Norte y Calle San Pablo Parroquia Tababela km27 Vía al Quinche Barrio El Vergel</p> <p>DISTANCIADO DE : La Hostería El Aguacate 1Km.</p>	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autoras

Cuadro No.21

Descripción de la Hostería Posada El Colibrí

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Posada El Colibrí	
CATEGORÍA: Alojamiento	TIPO: Turístico ecológico
Fotografía N° 3	



DESCRIPCIÓN: Está en funcionamiento desde el año 2007. Entre los servicios que presta están: Hospedaje, canchas de fútbol, cama elástica, juegos infantiles, piscina temperada, servicio de restaurante y espacios verdes de recreación.

DIRECCIÓN: Av. 24 de Septiembre y Pasaje 1.

DISTANCIADO DE :

La Hostería El Aguacate **1.1Km.**

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autoras

Así como también existen otros sitios turísticos para visitar como:

LA BOCA DEL LOBO.- Es un túnel curvo de 150 metros, sus paredes de piedra hacen eco al paso de los paseantes. En ciertas horas del día no entra luz en su estructura y el paso es toda una aventura.



ESTADIO MAYOR ORLANDO BAQUERO.- Es el estadio de la parroquia, está ubicado en pleno centro de la misma. Es uno de los sitios de mayor influencia en cuanto a movimiento poblacional.

Posee tres cachas, para los diferentes deportes, Fútbol, Básquet y Ecuavoley. Gracias al crecimiento de LIGA DEPORTIVA PARROQUIAL TABABELA en cuanto a miembros y número de equipos, hoy en día contamos con 2 categorías, con 10 equipos por cada una.



PARQUE CENTRAL.-Es el lugar más tranquilo de Tababela, un sitio central, en el que su puede respirar un aire fresco sin tener que percibir ningún tipo de sonido molesto. Además el Parque cuenta con una de las iglesias más antiguas del sector, que por el pasar de los años tuvo que ser refaccionada, pero que hoy más que nunca, nos muestra su encantadora belleza.



PIRAMIDES.- Las pirámides de Caraburo y Oyambaro que los ilustres académicos franceses, Godin, Bouguer y de La Condamine levantaron en el año de 1736, para fijar y conservar los extremos de la base de las operaciones astronómicas que ellos habían practicado bajo la línea equinoccial, y que la política caprichosa del gabinete español hizo derribar.

En Noviembre de 1836, al culminar los trabajos de restauración, se colocó en la base de una de las pirámides una urna que contenía una placa de metal con la inscripción: *"Los académicos franceses, señores Luis Godin, Pedro Bouguer y Carlos María de la Condamine, enviado por Luis XIV, Rey de Francia, siendo Ministro el señor Maurepas, levantaron estas pirámides en el mes de Noviembre de 1736; fueron destruidas por orden de los Reyes de España y restablecidas cien años después, en Noviembre de 1836 en los mismos puntos determinados por los académicos de Francia, por orden del Excelentísimo señor Vicente Rocafuerte, Presidente de la*

República del Ecuador; siendo Ministro de Relaciones el honorable señor General don Antonio Morales, En este tiempo estaba ocupando el trono de Francia por S.M. Luis Felipe, Rey de los Franceses. El Presidente de su Consejo de Ministros era el señor Thiers, y se encontraba en la capital de Quito el señor don Juan Bautista W. De Mandeville, Cónsul de Francia en el Ecuador. Esta Placa fue hecha y grabada en la casa de la moneda de Quito, el 20 de noviembre de 1836, siendo primer director de ella el señor don Alberto Salazar, y fue colocada en la base de esta pirámide el 25 del mismo mes de Noviembre, y del mismo año 1836.”

2.8. Servicios existentes en la zona

En la parroquia Tababela existen los siguientes servicios: Piscina Municipal, Policía, Bomberos, Salud, Electricidad, Telefonía, Control de Carreteras, Código Postal, Prefijo Telefónico, Periódicos, Radios, Revistas, Canales de TV, etc.



2.9. Conclusiones

- Tababela es un área privilegiada, puesto que está constituida por una enorme planicie, la misma que cuenta con suelos jóvenes y algunos sitios vírgenes que pueden ser aprovechados para nuevos cultivos.

- Tababela posee una abundancia en recursos naturales, que permite a la parroquia garantizar el abastecimiento de productos agrícolas, ganaderos y pecuarios.
- Tababela muestra un desarrollo urbano y rural en infraestructura de servicios, desarrollo que aumentará enormemente en los próximos años cuando se encuentre ya en funciones el nuevo aeropuerto internacional de Quito.
- La zona agrícola de Tababela produce cultivos variados como: lechuga, tomate, pimiento, papas, maíz, fréjol, alcachofa, frutilla, manzana, durazno, crisantemo, ilusión y girasoles; que son direccionados tanto al consumo de la comunidad, como a los principales mercados de Quito. De esta agroproducción vive la mayoría de sus pobladores.
- La parroquia Tababela, también desarrolla actividades turísticas que están orientadas hacia el turismo de aventura; turismo ecológico; turismo recreacional; turismo histórico y científico; y, turismo gastronómico.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. El Producto o prestación del Servicio

- **Definición y diferenciación del servicio**

Definición del servicio

El servicio al que se hará referencia, se encuentra catalogado como una de las industrias propias del sector turístico, debido a que su principal finalidad será atender al turismo que llegue a la zona cercana a su ubicación geográfica. Ofrecerá al turista instalaciones apropiadas para que se aloje, juntamente con todas las atenciones propias de un servicio de alojamiento (hostería), así como también contribuirá al incremento del turismo a través de la realización de una serie de actividades que logren tal cometido.

Al referirnos a un servicio de alojamiento, se debe comprender que dichos establecimientos, poseen algunas clasificaciones, al igual que categorías, ambas dadas por las características físicas que posee en función de su infraestructura, así como del entorno de su ubicación. Para efectos del presente documento, se centrará el estudio en una hostería.

Hostería.- “Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que está dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones.”¹

Los alojamientos como las hosterías se clasifican de acuerdo con la categoría a la que pertenecen, se identifican tres categorías denominadas: primera categoría, segunda categoría y tercera categoría, siendo establecida la categoría de acuerdo al cumplimiento de requisitos previstos en el reglamento de actividades turísticas.

Categoría de la Hostería.- Se ha previsto implantar una hostería de primera categoría o de tres estrellas, por lo que sus instalaciones deberán cumplir por lo menos con los siguientes servicios:²

Condiciones generales:

¹Noboa Bejarano Gustavo. (17 de diciembre de 2002): Decreto Ejecutivo No. 3400.RO/726 de Reglamento General de Actividades Turísticas, 75 páginas. , p. (11).

²Ministerio de Turismo, Gerencia Nacional de Recursos Turísticos, División Técnica: Norma Técnica Hotelera de Aplicación, 80 páginas. , p. (45).

- Instalados en edificaciones cuya situación y aspectos corresponden a la categoría de alojamiento.
- Construidos con materiales de gran calidad
- Ascensores de subida y bajada, cuando estén situados los alojamientos en edificios que tengan además de la planta baja tres o más pisos.
- Montacargas.
- Calefacción y/o aire acondicionado, graduable por el propio usuario.
- Agua fría y caliente corriente de una manera permanente.
- Teléfono con comunicación directa a través de una central.

Condiciones particulares de cada pieza:

- **Dormitorios.-** Se reservarán 7,00m² de superficie para cada cama individual, 12,00 m² para cada cama de dos plazas y 5,00 m². para cada litera.
- **Cuarto de Baño.-** Dotado de tina, ducha, lavabo bidet e inodoro, todos de gran calidad. Paredes recubiertas de azulejos hasta el techo. Si la capacidad de alojamiento excediera de cuatro plazas contará con otro cuarto de baño
- **Sala de Estar – Comedor.-** Tendrá una superficie de 4,50 m² por plaza sin que en ningún caso pueda ser inferior a 16,00 m².
- **Cocina.-** Situada en pieza independiente será eléctrica o de gas y tendrá, cuando menos, dos fuegos y horno, fregadero de porcelana, o acero inoxidable. Armarios metálicos, plancha eléctrica, frigorífico, campana, extractor de humos.
- **Mobiliario y decoración.-** Amoblados y decorados de modo que se consiga el tono de distinción que la categoría de alojamiento requiere.

- **Naturaleza del servicio**

La naturaleza del servicio planteado en el presente proyecto, se encuentra configurada por las características clásicas de cualquier servicio, es decir: Intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y carácter perecedero.³

- **Intangibilidad.-** Debido a que no puede ver ni sentir al servicio antes de recibirlo, para lo que se debe pagar primero.

³Cfr., KOTLER. Philip / BOWEN, J y MAKENS. (1997): Mercadotecnia para hotelería y Turismo. 1ª edición. Editorial Prentice Hall. México, 705 páginas, p. (82, 83 ,84 ,85).

- **Inseparabilidad.-** La imposibilidad de separar al cliente del servicio se da en los siguientes casos:

- En la mayoría de ocasiones el proveedor del servicio de alojamiento descrito, así como el cliente, deberán estar presentes al hacer la negociación.
- Al momento de prestar alguno de los servicios del establecimiento planteado en el presente estudio, los empleados mantendrán contacto obligatorio con el usuario.
- El comportamiento de algunos clientes puede repercutir sobre la concepción que del servicio se formen otros clientes; aspecto que logra unir al cliente con el servicio.

- **Heterogeneidad.-** La variabilidad en la calidad con la que se presta el servicio en la industria del alojamiento es consecuencia de varios aspectos:

- El ser humano es susceptible de cambios emocionales y como éste es el encargado de atender al cliente, puede ocurrir que la calidad con la que realice tal acción se vea afectada, es decir en una oportunidad otorgaría un servicio óptimo y en otra no.
- El servicio prestado se lo produce y consume en un mismo momento, por lo que no se podría evitar su entrega en el caso de ser defectuoso, como ocurre con los productos exclusivamente tangibles.
- Al ser el comportamiento de la demanda de tipo cíclico, existen épocas del año de gran concentración de demanda, aspecto que limita a dar un nivel de atención similar al que se puede brindar en las épocas de menor demanda.

- **Carácter Perecedero.-** La capacidad de atención de una hostería, está dada por el número de plazas que posee, las cuales se encuentran presentes durante todo el tiempo. Si no son ocupadas en su totalidad en un determinado espacio de tiempo, se ha perdido la posibilidad de obtener un ingreso, ya que el no uso de esas plazas en ese espacio de tiempo no se puede posponer ni almacenar para ser usadas en otro momento.

3.2. Oferta

3.2.1. Cuantificación de la oferta

Al centrarse nuestro tema en el estudio de pre-factibilidad de implantar una hostería en la parroquia, hemos investigado cuatro hosterías, las mismas que describimos a continuación:

Cuadro No. 22

Descripción de la Hostería Mi Huasipungo

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Mi Huasipungo	
CATEGORÍA: Alojamiento	TIPO: Turístico
Fotografía N° 1  DESCRIPCIÓN: Está en funcionamiento desde agosto del 2008. Entre los servicios que presta están: Hospedaje, canchas de fútbol, volley, piscina temperada cubierta, sauna, hidromasaje, servicio de restaurante, salón de juegos, sala de karaoke y espacios verdes de recreación. DIRECCIÓN: Calle 1ro de Mayo No.646 y Av. 24 de Septiembre. DISTANCIADO DE : La Hostería El Aguacate 1 Km.	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autoras

Cuadro No. 23

Descripción del Complejo Turístico El Vergel

NOMBRE DEL ATRACTIVO: El Vergel	
CATEGORÍA: Alojamiento	TIPO: Turístico



Fotografía N° 2

DESCRIPCIÓN: Está en funcionamiento desde 1995. Entre los servicios que presta están: Hospedaje, canchas deportivas, piscina temperada cubierta sauna, turco, hidromasaje, baño polar, baños de cajón, bar restaurante.

DIRECCIÓN: Panamericana Norte y Calle San Pablo Parroquia Tababela km27 Vía al Quinche Barrio El Vergel

DISTANCIADO DE :

La Hostería El Aguacate 1Km.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autoras

Cuadro No. 24

Descripción de la Hostería Posada El Colibrí

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Posada El Colibrí

CATEGORÍA: Alojamiento

TIPO: Turístico ecológico

Fotografía N° 3



DESCRIPCIÓN: Está en funcionamiento desde el año 2007. Entre los servicios que presta están: Hospedaje, canchas de fútbol, cama elástica, juegos infantiles, piscina temperada, servicio de restaurante y espacios verdes de recreación.

DIRECCIÓN: Av. 24 de Septiembre y Pasaje 1.

DISTANCIADO DE :

La Hostería El Aguacate 1.1Km.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autoras

3.2.1.1. Cuantificación de la oferta turística

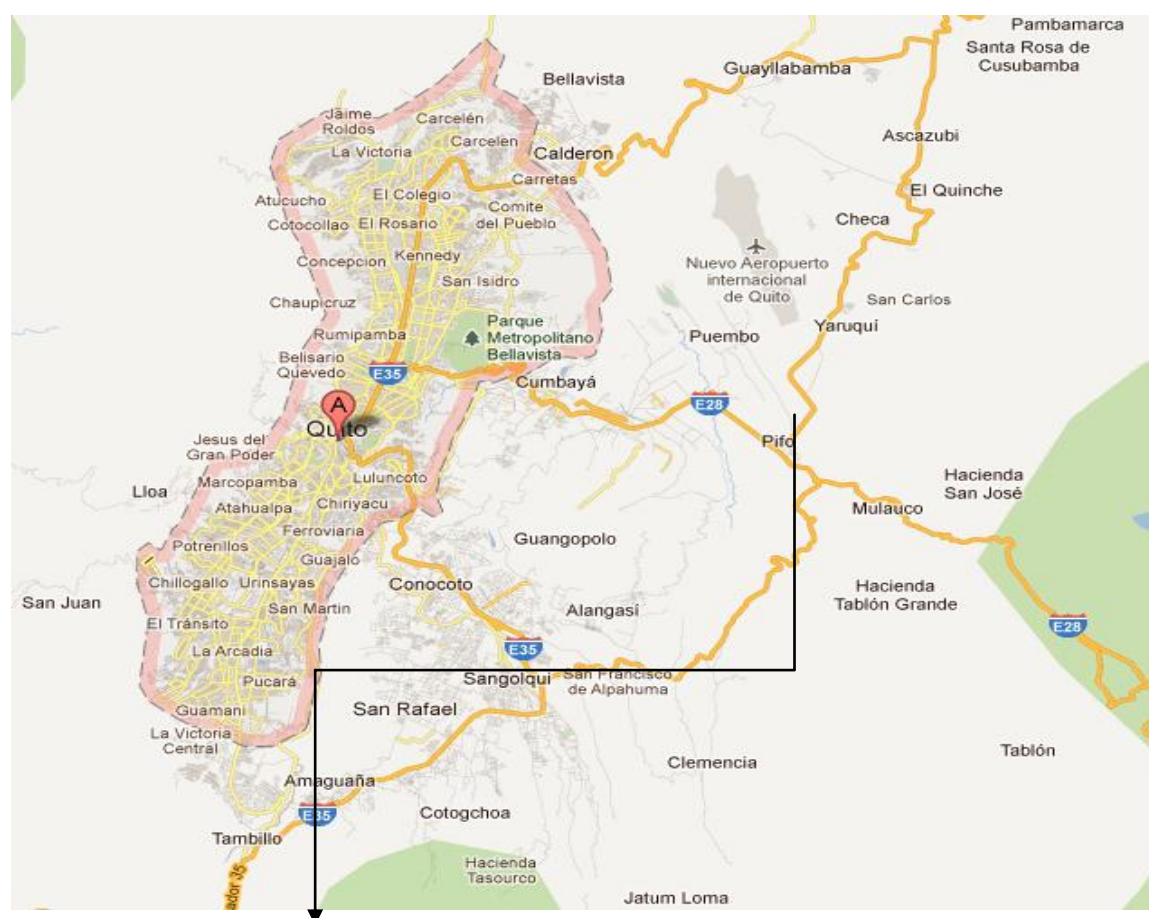
Cuadro No. 25

Cuantificación de la oferta turística de otras hosterías

Provincia: Pichincha				
Cantón: Quito				
Parroquia: Tababela				
Hosterías				
Nombre	Nº Habitaciones	Nº Plazas	Comidas Bebidas	
			Nº Mesas	Nº Plazas
Hostería El Colibrí	3	10	1	30
Hostería Mi Huasipungo	4	20	11	35
Hotel El Vergel	6	20	10	48

3.2.2. Ubicación geográfica del a oferta

Fotografía N° 1



1 hostería

La Distribución geográfica de las hosterías fue elaborado por: Autoras.

3.3. Demanda

Engloba lo concerniente a la descripción del perfil, y características de mayor relevancia respecto de los consumidores de un determinado bien o servicio, de tal modo que se pueda cuantificar la demanda e identificar el segmento de mercado al cual se dirigirán los esfuerzos de mercadeo.

Analizar la realidad turística, dentro del contexto de mercado requiere entender una clasificación, dada por el origen y destino de los individuos que realizan actividad turística. Esta clasificación comprende:

Turismo interno.- Es la movilización de personas con fines turísticos dentro de un mismo país.

Turismo Emisor.- Se lo entiende como la salida de personas de un país hacia otro con fines turísticos.

Turismo Receptor.- Es la llegada de personas provenientes de otros países con fines turísticos.

3.3.1. Análisis del comportamiento histórico de la demanda

En lo relacionado al presente estudio se ha identificado que el servicio de hostería planteado será requerido por los individuos que hacen turismo ya sea desde el extranjero hacia el Ecuador, siempre y cuando uno de sus destinos sea la provincia de Pichincha (turismo receptor), así como quienes residiendo en el Ecuador se movilizan por concepto de turismo hacia Pichincha (turismo interno). Es decir que la primera discriminación que se puede hacer a fin de identificar el mercado objetivo, se la hace sobre el turismo emisor ya que éste dirige su interés hacia el extranjero y el presente estudio se concentra en satisfacer necesidades de alojamiento que posean quienes visitan el Ecuador específicamente el cantón Quito localizado en la provincia de Pichincha.

Desarrollar con éxito la actividad turística inmersa en el presente estudio, exige tomar en cuenta los principales canales de distribución, los cuales son el enlace entre la oferta de servicios hoteleros y la demanda propiciada por el turismo receptor e interno. Es decir se debe, analizar, conocer y entender el comportamiento de las agencias de viaje que actúan como intermediarios entre el turista y la oferta hotelera de la provincia de Pichincha; bajo criterios directamente vinculados a los requisitos que deben cumplir los establecimientos de alojamiento para ser aceptados como tales y ser incluidos en sus diversos paquetes, así como el mecanismo que utilizan para llegar con el mensaje publicitario a los potenciales turistas.

En definitiva, el enfoque de estudio, en lo relacionado a los clientes potenciales se focaliza sobre los turistas que dirigen su interés hacia la provincia de Pichincha, haciendo énfasis en el Cantón Quito.

3.3.2. Análisis de la demanda del turismo receptor

A fin de poseer una comprensión amplia del fenómeno turístico receptor en el Ecuador se ha requerido la información estadística elaborada por entidades gubernamentales encargadas del levantamiento de información relacionada con el turismo.

La información de tipo secundario que se ha obtenido sobre los visitantes que forman el turismo receptor permitirá conocer el origen geográfico, perfil y demás características que requieren ser analizadas a fin de determinar una tendencia en términos cuantitativos y cualitativos.

3.3.2.1. Datos históricos del arribo de visitantes al Ecuador

La evolución del número de visitantes que ha ingresado al Ecuador, durante los últimos cinco años, se la puede asimilar a través de la siguiente tabla.

Cuadro No. 26
Entradas de extranjeros al Ecuador
Periodo 2005 - 2010

AÑO	Entradas	Variación %
2005	859888	0
2006	840555	-2,25
2007	937487	11,53
2008	989766	5,58
2009	968499	-2,15
2010	1047098	8,12

Fuente: Boletines de Migración Internacional – INEC (2010); Dirección Nacional de Migración (2010); Jefaturas Provinciales de Migración (2010)

Elaboración: Autoras

Al referirse a la entrada de extranjeros al país, se considera a los inmigrantes y no inmigrantes, es decir que no son solo individuos cuya finalidad sea realizar actividades de tipo turístico, por lo cual es conveniente realizar la siguiente aclaración conceptual:

Inmigrante “es todo extranjero que se interna legal y condicionalmente en el país, con el propósito de radicarse y desarrollar las actividades autorizadas”⁴ las mismas que se encuentran especificadas

⁴Anuario de Migración Internacional 2003, INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 300 páginas., p (253).

en la Ley de Extranjería publicada en el Registro Oficial 382 de diciembre de 1971, Capítulo III, Título II, donde no se contempla a las actividades de tipo turístico.

No inmigrante es “todo extranjero con domicilio en otro Estado que se interna legal y condicionalmente en el país, sin ánimo de radicarse y con los motivos que en cada categoría son señalados por la referida Ley de extranjería.”⁵ Dos de las mencionadas categorías hacen alusión a los turistas y son:

- “Visitantes temporales con fines lícitos tales como: turismo, deporte, salud, estudio, ciencia, arte o para ejecutar actos de comercio que no impliquen la importación simultánea de bienes, durante un período mayor de tres meses, dentro de un lapso consecutivo de seis meses en cada año”.⁶

- Transeúntes, donde se encuentra una subcategoría la cual es “visitantes temporales con los fines previstos en el párrafo anterior, durante un período no mayor de tres meses en cada año”.⁷

Es conveniente aclarar que los individuos que realizan actividades de tipo turístico en el Ecuador, se subdividen en dos grupos: aquellos que no pernoctan ninguna noche en el lugar de visita (excursionistas) y los que si pernoctan por los menos una noche en el lugar de visita (turistas).

3.3.2.2. Proyección o estimación del número de extranjeros que llegarán al Ecuador

Sin embargo de lo expuesto; con los valores correspondientes al ingreso de extranjeros al Ecuador se procede a aplicar el método de extrapolación de la tendencia histórica. Se justifica proyectar sobre esta información, en razón de que, son cifras que en alguna medida aproximan al investigador, al conocimiento de la realidad del turismo receptor, por lo cual tales cifras han sido consideradas como referente, en diversas investigaciones ligadas al turismo.

“El método de Extrapolación de la tendencia Histórica consiste en establecer una línea de ajuste entre las cantidades consumidas durante un cierto número de años (de preferencia de 10 a 15 años) y estimar la demanda futura de acuerdo a la tendencia mostrada por esa línea.”⁸

⁵Ibíd., p. (253)

⁶Ibíd. , p. (254)

⁷Ibíd. , p.(254)

⁸ CALDAS Marco y CALDAS Jairo (2003): Preparación y Evaluación de Proyectos Manual Práctico, 4ª edición, 175 páginas. , p (50).

“La aceptación técnica de este método, se basa en que los factores que han determinado la tasa de crecimiento de la producción y del consumo en el pasado, continuarán actuando en el futuro por algún tiempo. Esta hipótesis, que se podría llamar de los efectos mutuamente compensadores, implica que posibles cambios en los factores que afectan la demanda se cancelen, de modo que su efecto combinado será el mismo que en el pasado”⁹

Cuadro No. 27

Proyección de Visitantes

AÑO	Datos (Yi) historicos	Xi	Xi*Yi	Xi²
2000	627090	-5	-3135450	25
2001	640561	-4	-2562244	16
2002	682962	-3	-2048886	9
2003	760776	-2	-1521552	4
2004	818927	-1	-818927	1
2005	859888	0	0	0
2006	840555	1	840555	1
2007	937487	2	1874974	4
2008	989766	3	2969298	9
2009	968499	4	3873996	16
2010	1047098	5	5235490	25
	9173609		4707254	110

Fuente: Boletín de estadísticas turísticas del Ministerio de Turismo

Elaboración: Autoras

Resultado de la Proyección

AÑO	Y	X
2011	1090723,76	6
2012	1133516,98	7
2013	1176310,20	8
2014	1219103,41	9
2015	1261896,63	10

Fórmulas utilizadas:

$$\sum_{i=1}^n Y_i = na + b \sum_{i=1}^n X_i$$

$$\sum_{i=1}^n X_i Y_i = a \sum_{i=1}^n X_i + b \sum_{i=1}^n X_i^2$$

$$a=833964.45 \quad b=42793.21818$$

$$Y = a + b(x)$$

⁹Ibíd., p. (51).

Los resultados de las proyecciones realizadas reflejan un incremento anual del número de visitantes hacia el Ecuador, crecimiento que se ubica entre el rango de 40.000 y 50.000 personas, por lo que se puede apreciar un incremento de las llegadas de extranjeros, es decir del turismo receptor.

A fin de cuantificar con mayor precisión, el número de visitantes cuyos fines son turísticos, se ha requerido considerar el valor correspondiente al grupo de no inmigrantes, del total de visitantes.

3.3.2.3. Proyección del número de no inmigrantes

Con miras a obtener una mayor aproximación del número individuos que arriban al país, con fines turístico, se ha pasado a discriminar al grupo de inmigrantes, en razón de que ellos en teoría no realizarían un turismo receptor, lo que no les limita a realizar un turismo, catalogado como interno.

Cuadro No. 28

Proyección de No Migrantes.

AÑO	Yi	T	Xi	Xi*Yi	Xi²
2000	594273	4,5	9	-5348457	81
2001	602306	-3,5	7	-4216142	49
2002	638625	-2,5	5	-3193125	25
2003	713257	-1,5	3	-2139771	9
2004	765212	-0,5	1	-765212	1
		0	0	0	0
2005	802702	0,5	1	802702	1
2006	799080	1,5	3	2397240	9
2007	887901	2,5	5	4439505	25
2008	951440	3,5	7	6660080	49
2009	910645	4,5	9	8195805	81
	7665441		0	6832625	330

AÑO	VISITANTES	X
2010	994298,27	11
2011	1035708,12	13
2012	1077117,96	15

Fórmulas utilizadas:

$$\sum_{i=1}^n Y_i = na + b \sum_{i=1}^n X_i$$

$$\sum_{i=1}^n X_i Y_i = a \sum_{i=1}^n X_i + b \sum_{i=1}^n X_i^2$$

$$a = 766544.1 \quad b = 20704.92424$$

$$Y = a + b(x)$$

2013	1118527,81	17
2014	1159937,56	19
2015	1201347,51	21

De acuerdo con los valores obtenidos al aplicar la fórmula de proyección elegida, se puede observar un incremento anual de aproximadamente 40000 personas por cada año entre los años 2010 y 2015.

3.3.2.4. Visitas del turismo receptor hacia el cantón Quito

Con miras a conocer la realidad turística en la que se ve envuelta la parroquia Tababela del cantón Quito se debe considerar lo siguiente:

- Según Municipio metropolitano de Quito, el turismo receptor en la ciudad también creció: Durante el 2011, Quito recibió un total de 484.370 visitantes, de los cuales la mayoría llegaron desde Estados Unidos, Colombia, España, Venezuela, Alemania, Canadá, Argentina, entre otros importantes destinos.

- La estadía promedio de los visitantes que llegaron a Quito fue de un 1.38 noches con un gasto aproximado de 71 dólares per cápita, generando así un total de 271'175.725 millones de dólares para la ciudad, según la Empresa Pública Metropolitana de Gestión Turístico.

- Papallacta es un sitio RAMSAR un humedal único, un páramo con características especiales, y un reservorio de agua desde donde se abastece a ciudades como Quito, uno de los lugares turísticos es Termas de Papallacta que ofrece caminatas ecológicas, cabalgatas, un SPA junto a las aguas termales, piscinas con temperaturas altas y bajas, y un chorro termal que ayuda a mejorar la circulación, avalado por la Federación Médica ecuatoriana, un centro médico, certificado por el Ministerio de Salud, alojamiento y alimentación. Su fama, principalmente por las termas, es el deleite de un considerable número de turistas estadounidenses y europeos, y de una gran afluencia de visitantes nacionales. En la actualidad, recibe un promedio de 369 mil personas, cada año, entre nacionales y extranjeros. Su crecimiento turístico le obliga a asumir compromisos ambientales que logren rentabilidad y beneficien a la comunidad.

No es conveniente analizar solamente el número aproximado de personas que ingresaron al país o a la mencionada reserva con fines turísticos, así como su proyección; se debe conocer también cual ha sido el ingreso de divisas por concepto de turismo, en razón de que el ingreso de divisas permite visualizar el aporte del turismo al crecimiento de la economía.

3.3.2.5. Ingreso de divisas por concepto de turismo hacia el Ecuador

Según los valores registrados en la cuenta viajes, se puede conocer el valor de ingreso de divisas al país por concepto de turismo (aproximado). A medida que mayor sea el ingreso de divisas hacia la economía, mayor dinamismo o reactivación le produce, ya que existe mayor circulante, lo que significa mayor poder adquisitivo, por ende mayor demanda de los diferentes bienes y servicios, lo que se traduce en reducción del desempleo y subempleo, y mejoramiento del nivel de vida de sus habitantes. Si bien la cuenta viajes no solo registra a quienes arriban al país con finalidad turística, es un referente establecido por el Ministerio de Turismo, para determinar el aporte del turismo a la economía como generador de divisas.

Cuadro No. 29

Ecuador Balanza Turística – Cuenta Viajes

(Millones de dólares)

Datos Históricos

Año	Ingreso	Egreso	Saldo
2000	402	299	103
2001	430	340	90
2002	447,2	363,9	83,3
2003	406,4	354,4	52
2004	462,5	391,0	71,5
2005	485,8	428,6	57,2
2006	489,9	466,3	23,6
2007	623,4	504,0	119,4
2008	741,8	541,6	200,2
2009	670,1	548,7	121,4
2010	781,3	568,1	213,2

Fuente: Banco Central del Ecuador – Información Estadística - Boletines trimestrales.

Elaboración: Autoras

En base de los valores históricos referente al ingreso de divisas por concepto de turismo se procedió a proyectarlos, para conocer de cierta forma el comportamiento que tendría en el futuro, para lo cual se utilizó el método de extrapolación de la tendencia histórica.

Cuadro No. 30
Proyección del Ingreso de Divisas
Valores (millones de Dólares)

Datos históricos anuales				
Año	Ingreso de divisas	X_i	$X_i * Y_i$	X_i^2
2000	402	5	-2010	25
2001	430	4	-1720	16
2002	447,2	3	-1341,6	9
2003	406,4	2	-812,8	4
2004	462,5	1	-462,5	1
2005	485,8	0	0	0
2006	489,9	1	489,9	1
2007	623,4	2	1246,8	4
2008	741,8	3	2225,4	9
2009	670,1	4	2680,4	16
2010	781,3	5	3906,5	25
	5940,4		4202,1	110

Resultado de la Proyección

Año	Divisas (Y)	(X)
2011	769.24	6
2012	807.44	7
2013	845.64	8
2014	883.84	9
2015	922.05	10

Fórmula utilizada:

$$\sum_{i=1}^n Y_i = na + b \sum_{i=1}^n X_i$$

$$\sum_{i=1}^n X_i Y_i = a \sum_{i=1}^n X_i + b \sum_{i=1}^n X_i^2$$

$$y = a + b(x)$$

$$a = 540.0363636 \quad b = 38.20090909$$

Los valores, concernientes al ingreso de divisas por concepto de turismo durante el año 2003 presenta un descenso con respecto al año 2002, al igual que en el año 2009 con respecto al año 2008, sin embargo el número de visitantes no disminuye, sino más bien incrementa, quizá se deba a que no son todos turistas, lo que produce que se contraiga el gasto (ya que cuando no se es turista se gasta menos), por lo que se evidencia que el volumen de gasto del turismo receptor en el país se refleja en el ingreso de divisas que por turismo tiene el país.

Según los resultados estimados para los años futuros, se puede apreciar un decremento aproximado de 12.06 millones de dólares en el año 2011, sin embargo a partir del año 2012 hasta el 2015, se observa un modesto incremento de 38 millones de dólares cada año.

3.3.2.6. Estimativo del gasto per cápita del turismo receptor

Se refiere a conocer el monto y los diferentes conceptos en que cada individuo del turismo receptor gasta su dinero. A fin de entender un aproximado de esta realidad, se puede relacionar los valores correspondientes al ingreso de divisas (por turismo), con el número de visitantes que han ingresado al país en un periodo dado, lo que nos permite conocer un aproximado del gasto promedio hecho por cada visitante durante su estadía. Tal gasto reflejaría su capacidad adquisitiva; información que sustenta iniciativas de servicios turísticos. La estimación del gasto per cápita del turismo receptor, se lo calculó, dividiendo el valor total del ingreso de divisas (de turismo, cuenta viajes) entre, el número de visitantes registrado (llegadas de extranjeros). La estimación que se alcanzó es un referente aproximado importante, ya que el criterio aplicado para el cálculo es utilizado por las entidades públicas dedicadas a la elaboración de estadísticas. Los resultados obtenidos fueron la base, con la que se procedió a realizar una proyección para los futuros años.

Cuadro No. 31
Proyección del Gasto Promedio

Año	Gasto prom. (Yi) Percap.(dólares)	Xi	Xi*Yi	Xi²
2000	641,06	5	-3205,28	25
2001	671,29	4	-2685,15	16
2002	654,79	3	-1964,38	9
2003	534,19	2	-1068,38	4
2004	564,47	1	-564,47	1
2005	564,96	0	0,00	0
2006	582,83	1	582,83	1
2007	664,97	2	1329,94	4
2008	749,47	3	2248,41	9
2009	691,90	4	2767,58	16
2010	746,16	5	3730,79	25
Total	7066,08		1171,88	110

Resultados de la Proyección

Año	Gto. Per capita (Yi)	X
2011	706,29	6
2012	716,94	7
2013	727,6	8
2014	738,25	9
2015	748,91	10

Fórmula utilizada:

$$\sum_{i=1}^n Y_i = na + b \sum_{i=1}^n X_i$$

$$\sum_{i=1}^n X_i Y_i = a \sum_{i=1}^n X_i + b \sum_{i=1}^n X_i^2$$

$$y = a + b (x)$$

$$a = 642.3709091 \quad b = 10.65343636$$

El método utilizado para realizar la proyección fue el de la extrapolación de la tendencia histórica.

Los resultados arrojados de la proyección, permiten observar un decremento de \$-39 entre el año 2010 y 2011, pero en los siguientes años apenas se aprecia un incremento anual de aproximadamente \$10, respecto del año precedente.

3.3.2.7. Perfil del turismo receptor

Se refiere a la síntesis del conjunto de características de tipo cualitativo y cuantitativo que poseen quienes han visitado el Ecuador. Tales características abarcan aspectos: demográficos, geográficos y conductuales.

Variables Geográficas.- Esta variable clasifica a los visitantes que han arribado al país, de acuerdo al país del que provienen.

El origen de los turistas extranjeros que visitaron el Ecuador durante los años 2005 y 2009, según encuesta realizada en aquellos que ingresaron al país por vía aérea, se distribuye de la siguiente forma:

Cuadro No. 32

ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR SEGÚN PAÍS DE PROCEDENCIA
AÑOS: 2005 - 2009

PAÍS DE PROCEDENCIA	2005	%	2006	%	2007	%	2008	%	2009	%
AMÉRICA	769.332	89,47	736.788	87,65	821.429	87,62	873.663	86,91	835.914	86,31
Argentina	9.067	1,05	11.759	1,40	15.019	1,60	15.482	1,54	12.477	1,29
Bolivia	1.212	0,14	1.727	0,21	2.462	0,26	2.252	0,22	1.998	0,21
Brasil	4.014	0,47	6.456	0,77	8.950	0,95	9.643	0,96	8.470	0,87
Canadá	2.611	0,30	5.041	0,60	6.613	0,71	6.011	0,60	5.112	0,53
Colombia	211.799	24,63	210.742	25,07	236.348	25,21	239.838	23,86	198.596	20,51
Costa Rica	10.836	1,26	7.626	0,91	5.703	0,61	8.599	0,86	7.146	0,74
Cuba	1.234	0,14	2.166	0,26	4.126	0,44	9.826	0,98	24.157	2,49
Chile	17.970	2,09	18.041	2,15	18.832	2,01	22.186	2,21	22.078	2,28
Estados Unidos	216.332	25,16	230.054	27,37	262.157	27,96	265.611	26,42	251.039	25,92
México	11.838	1,38	6.780	0,81	8.585	0,92	9.981	0,99	8.758	0,90
Panamá	24.952	2,90	21.904	2,61	20.276	2,16	27.597	2,75	29.345	3,03
Perú	241.483	28,08	196.690	23,40	207.774	22,16	226.672	22,55	232.632	24,02
Uruguay	557	0,06	919	0,11	1.499	0,16	1.381	0,14	1.499	0,15
Venezuela	12.355	1,44	11.417	1,36	15.878	1,69	20.363	2,03	24.836	2,56
Resto de América	3.072	0,36	5.466	0,65	7.207	0,77	8.221	0,82	7.771	0,80
EUROPA	87.423	10,17	98.992	11,78	110.187	11,75	119.225	11,86	123.829	12,79
Alemania	3.243	0,38	6.264	0,75	7.453	0,79	7.760	0,77	7.451	0,77
Austria	347	0,04	580	0,07	750	0,08	799	0,08	585	0,06
Bélgica	784	0,09	1.301	0,15	1.639	0,17	1.655	0,16	1.699	0,18
España	49.202	5,72	49.890	5,94	53.506	5,71	60.179	5,99	73.472	7,59
Francia	2.785	0,32	4.661	0,55	5.850	0,62	6.351	0,63	5.805	0,60
Holanda	21.122	2,46	17.313	2,06	17.529	1,87	20.809	2,07	14.585	1,51
Italia	3.486	0,41	5.302	0,63	5.984	0,64	6.118	0,61	6.291	0,65
Reino Unido	2.576	0,30	6.009	0,71	7.500	0,80	6.489	0,65	5.603	0,58
Suiza	1.409	0,16	2.737	0,33	3.022	0,32	2.845	0,28	2.541	0,26
Suecia	427	0,05	862	0,10	1.275	0,14	1.100	0,11	940	0,10
Resto de Europa	2.042	0,24	4.073	0,48	5.679	0,61	5.120	0,51	4.857	0,50
ASIA	2.176	0,25	3.378	0,40	4.471	0,48	10.755	1,07	6.984	0,72
ÁFRICA	369	0,04	256	0,03	210	0,02	225	0,02	744	0,08
OCEANÍA	575	0,07	1.114	0,13	1.175	0,13	1.417	0,14	1.019	0,11
SIN ESPECIFICAR	13	0,00	27	0,00	15	0,00	12	0,00	9	0,00
TOTAL	859.888	100,00	840.555	100,00	937.487	100,00	1.005.297	100,00	968.499	100,00

Fuente: Anuario de Entradas y Salidas Internacionales – INEC 2005-2007 y 2009

Dirección nacional de migración -2008Estimación Ministerio de Turismo

Variables Demográficas.- Agrupa al mercado en función de aspectos como: edad, sexo, ingresos, religión, raza, tamaño de familia, ciclo de vida familiar, tamaño de familia, nacionalidad, educación, ocupación. Para el presente estudio se expone las características relacionadas con la demografía de quienes visitaron el país en el periodo 2008 – 2009.

Cuadro No. 33

Edad del Turista Receptor

AÑOS	GRUPOS DE EDAD							TOTAL
	MENORES DE 10 AÑOS	DE 10 A 19 AÑOS	DE 20 A 29 AÑOS	DE 30 A 39 AÑOS	DE 40 A 49 AÑOS	DE 50 A 59 AÑOS	DE 60 AÑOS Y MAS	
2008	5831	75852	197641	209108	188135	150281	125948	1005297
2009	57754	71868	194535	202914	179853	142027	119528	968479

Fuente: Anuario de entradas y salidas Internacionales – INEC 2005 – 2007 y 2009

Elaborado: Autoras.

Cuadro No. 34

Sexo del Turista Receptor

Variable/ Especificación	Masculino	Femenino
Sexo	56.92%	43.08%

Fuente: Anuario de entradas y salidas Internacionales – INEC 2005 – 2007 y 2009

Elaborado: Autoras.

Cuadro No. 35

Nivel de Instrucción del Turista Receptor

Variable / Nivel	Primario	Secundario	Superior o Postgrado
Educación	0.7%	13.4%	85.5%

Fuente: Anuario de entradas y salidas Internacionales – INEC 2005 – 2007 y 2009.

Elaborado: Autoras.

Variables Conductuales.-

Cuadro No. 36

Motivos del viaje del Turista Receptor

Motivos del viaje	Proporción
Recreación y Diversión	48.7%

Negocios y motivos profesionales	10.22%
Visitas a familiares y amigos	33.08%
Varios motivos	8.0%

Fuente: Barometro Turístico del Ecuador Vol 1.

Elaborado: Autoras.

Cuadro No. 37

Medios de Información utilizados por el Turista Receptor

Medios de Información Utilizados	Proporción
Familiares y amigos	34.3%
Internet	16.2%
Agencia de Viajes	33.4%
Libros	7.6%
Otros	8.5%

Fuente: Barometro turístico del Ecuador Vol 1.

Elaborado: Autoras.

Cuadro No. 38

Forma de Viaje del Turista Receptor

Formas de viaje	jul-09	ago-09	jun-10
solo	45	49	46
Grupo de amigos	29	22	29
Grupo familiar	26	30	24
Total	100	100	100

Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico.

Elaborado: Autoras

Cuadro No. 39

Número de veces en que arribó al Ecuador el Turista Receptor

N.- Visitas	jul-09	%	ago-09	%	jun-10	%
1 vez	31642	63	33456	75	29966	65
2 o mas veces	18427	37	10922	25	16127	35

Total	50069	100	44378	100	46093	100
--------------	--------------	------------	--------------	------------	--------------	------------

Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

Elaborado: Autores.

Cuadro No. 40

Actividades realizadas por Turista Receptor

Actividades realizadas / Proporción	Porcentaje
Otros	32.4%
Diversión	19.9%
Observar flora y fauna	15.5%
Visitar sitios históricos arqueológicos religiosos	9.4%
Práctica de Deportes	6.5%
Compras	5.9%
Visita a naturaleza o áreas protegidas	4.5%
Gastronomía	1.9%
Visita a comunidades	1.6%
Shamanismo Curanderismo	0.9%
No informa	1.4%

Fuente: Una Interpretación Meso-económica del Turismo en Ecuador.

Elaborado: Autoras.

Cuadro No. 41

Tipo de Alojamiento utilizado por el Turista Receptor

Tipo de Alojamiento / Proporción	Porcentaje
Hoteles y similares	49%
Casa de familiares y amigos	27.0%
Hostales	16.0%
Vivienda propia	4%
Otros	4%

Fuente: Una Interpretación Meso-económica del Turismo en Ecuador.

Elaborado: Autoras.

Cuadro No. 42

Satisfacción del Turista Receptor en el alojamiento utilizado

Satisfacción del turista en el alojamiento / Proporción	Porcentaje
Muy bueno	33%
Bueno medio alto	27%
Excelente Alto	18%
No informa	17%
Regular medio bajo	4%
Malo bajo	1%

Fuente: Una Interpretación Meso-económica del Turismo en Ecuador.

Elaborado: Autoras.

Durante el mes de agosto de 2011, en la ciudad de Quito se “consumieron” 432.622 “días – turista”. El 87,8% (379.888 días) de visitantes extranjeros y 12,2% de días totales de permanencia turística de los ecuatorianos no residentes (52.734)¹⁰.

3.4. Análisis de la demanda del turismo interno

El turismo interno a nivel nacional, presentó las siguientes características en términos cualitativos y cuantitativos, durante Diciembre 2009 – agosto 2010.

“A partir de la encuesta de turismo interno realizada en marzo, junio y septiembre del 2010, con cobertura en el área urbana del país, se ha recopilado información que comprende el periodo de referencia Diciembre 2009 – agosto 2010. Como resultado, los viajes realizados por los residentes en el área urbana del Ecuador estuvieron en el siguiente orden.”¹¹

Cuadro No. 43

Viajes realizados por los residentes del área urbana del Ecuador

Indicadores	Dic 09-Feb 10	Mar-May 10	Jun – Ago 10
Número de viajes (miles)	3143	1877	2805

¹⁰ Empresa Pública Metropolitana de gestión de Destino Turístico.

¹¹ Ministerio de Turismo. Barómetro Turístico del Ecuador Vol 1. Enero 2011, p (6).

Población urbana que viajó (miles)	2586	1403	2381
---	-------------	-------------	-------------

Fuente: Encuesta Turismo Interno – MINTUR, 2010

Elaboración: Autoras

3.4.1. Perfil del turismo interno

Variable Geográfica

Cuadro No. 44

Ciudades de origen del Turismo Interno

Ciudades	%
Quito	23
Guayaquil	22
Cuenca	8
Ambato	4
Machala	2
Manta	2
Demás	39

Fuente: Barometro Turístico del Ecuador Vol 1.

Elaborado: Autoras.

Variables Conductuales

Cuadro No. 45

Tipo de Visitante

Tipo de Visitante	Ferados	Fines de Semana
Turista	66%	42% (1 o 2 días)
Excursionista	34%	58%

Fuente: Una Interpretación Meso-económica del Turismo en Ecuador.

Elaborado: Autoras.

La proporción de los visitantes internos, que realizaron sus visitas en feriados, refleja los siguientes porcentajes en función del tiempo de estadía en el lugar de visita.

Cuadro No. 46
Tiempo de estadía del Turismo Interno

Tiempo de Estadía	Dic 2009 – Feb 2010	Mar –May 2010	Jun –Ago 2010
Estadía promedio visitantes	1.8%	1.4%	2.0%

Fuente: Barometro Turístico del Ecuador Vol 1.

Elaborado: Autoras.

Cuadro No. 47
Motivos de Viaje del Turismo Interno

Motivos de Viaje	Porcentajes
Diversión y recreación	50.8%
2. Sol y playa (20.9%)	
3. Turismo Cultural (18.1%)	
4. Ecoturismo y turismo de naturaleza (7.9%)	
5. Balnearios (2.8%)	
Visita a amigos y/o Parientes	38.2%
Otros	11%

Fuente: Barometro Turístico del Ecuador Vol 1.

Elaborado: Autoras.

Los porcentajes sobre los motivos del viaje expresan la preferencia de los residentes del área urbana tanto de la Sierra como de la Costa.

Cuadro No. 48
Medio de Transporte del Turismo Interno

Medio de Transporte	Porcentaje
Auto propio	39.7%
Auto bus	44.5%
Otros	15.8%

Fuente: Barómetro Turístico del Ecuador Vol 1.

Elaborado: Autoras.

Cuadro No. 49

Estancia promedio en la que se moviliza el Turismo Interno.

Estancia promedio	Fin de Semana	Feriados
Noches promedio	1.5	5.0

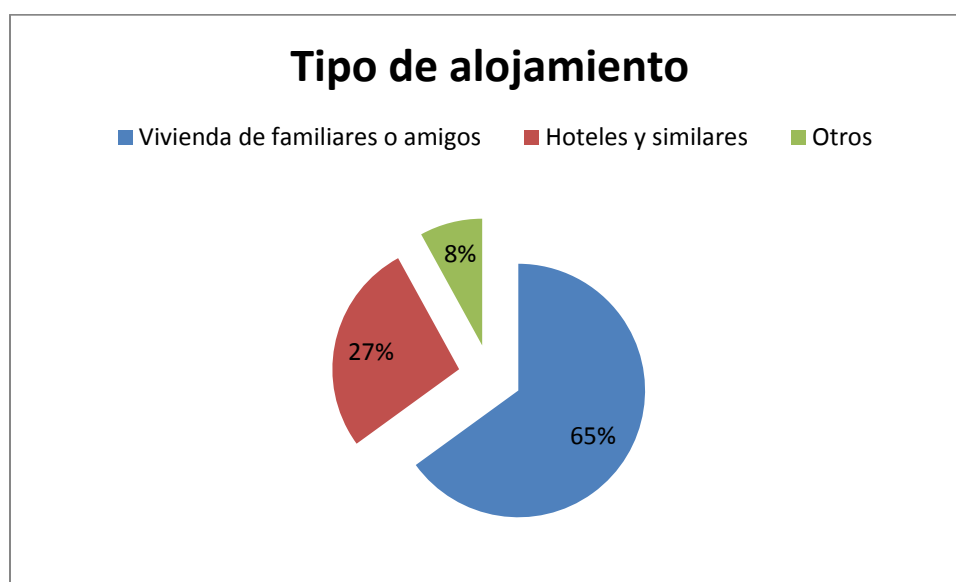
Fuente: Barometro Turístico del Ecuador Vol 1.

Elaborado: Autoras.

El lugar de alojamiento utilizado por quienes viajaron en fin de semana fue similar al de quienes se movilizaron en feriados y se lo expone en la siguiente gráfica:

GRÁFICO N° 4

Tipo de Alojamiento utilizado por el Turista Interno



Fuente: Barometro Turístico del Ecuador Vol 1

Elaborado: Autoras.

3.4.1.1. Comportamiento del turismo interno y receptor hacia el cantón Quito parroquia Tababela.

Asimilar el comportamiento del turista interno implica considerar lo siguiente:

- El turismo interno que visitó el cantón Quito en el año 2009 fue de 1'490.873 personas, de acuerdo al Boletín de estadísticas Turísticas 2005 – 2009 del Ministerio de Turismo
- Según el Sistema Institucional de Indicadores Turísticos del Distrito Metropolitano de Quito (SIIT-DMQ), el número promedio de pernотaciones del turista interno al visitar el cantón Quito es de 1,7 pernотaciones.
- El origen de la mayoría de los visitantes de turismo residentes en el país, fueron de las ciudades de Guayaquil y Cuenca, según Boletín de estadísticas Turísticas 2005 – 2009 del Ministerio de Turismo.
- El número de visitantes internos y receptores que llegó a Tababela durante el año 2010 fue de 1.474, según los registros de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

3.5. Diseño de la investigación

Al determinar el diseño de la investigación se consideró el nivel exploratorio y descriptivo, que requiere la investigación, por lo que se utilizó técnicas de recolección de datos de tipo primario tales como: observación, entrevistas y encuestas.

La observación, se la realizó sobre los principales establecimientos de la competencia, dónde se priorizó asimilar los principales atributos que la infraestructura y el diseño arquitectónico le otorgan al establecimiento.

En lo referente a las encuestas, se desarrolló previamente un cuestionario para los visitantes correspondiente al turismo Interno y el turismo receptor.

3.5.1. Cálculo del tamaño de la muestra

Como el presente proyecto pretende atraer los segmentos de turismo tanto interno como receptor, se precisa determinar una muestra a fin de poder aplicar el cuestionario diseñado.

Al determinar el tamaño de la muestra para la aplicación del cuestionario al turismo interno y receptor se debe advertir lo siguiente:

- Según el Boletín de estadísticas Turísticas 2005 – 2009 del Ministerio de Turismo, se puede asimilar que el lugar de residencia de la mayoría de los turistas que visitan Quito provienen de las ciudades de Guayaquil y Cuenca.

En consecuencia de lo descrito, se puede concluir que el cálculo de la muestra para la aplicación de la encuesta al turismo interno y receptor es el siguiente:

Fórmulas utilizadas:

$$n_0 = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q}{e^2} \quad n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0 - 1}{N}} \times 100$$

Escriba aquí la ecuación.

n = Número de elementos de la muestra.

Z= Factor probabilístico Z=1.96 α=95%

P= Proporción que nos interesa conocer = 0.5

Q= 0.5

e = Error máximo permitido 3% 0.03

N= Población total

Desarrollo de la fórmula:

$$n_0 = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.03)^2}$$

$$n_0 = \frac{0.96}{e^2 0.0009}$$

$$n_0 = 1.067$$

Muestra ajustable:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n-1}{N}} \times 100$$

$$n = \frac{1.067}{1 + \frac{0.067}{2823}} \times 100$$

$$n = 106.6 = \mathbf{107 \text{ encuestas}}$$

3.5.1.1. Desarrollo del cuestionario en función de las necesidades de información previamente fijadas

Cuestionario.- Es un instrumento en el cual se sustenta la encuesta, la misma que al ser aplicada permite satisfacer necesidades de información, a través de la obtención de datos primarios, en razón que el investigador debe dirigirse directamente al campo para su aplicación. El cuestionario contribuirá a satisfacer los requerimientos de información no hallados en las fuentes secundarias. Deberá ser presentado bajo una secuencia lógica en lo referente a sus preguntas, en forma escrita, de modo que, quien llene el cuestionario pueda escribir las respuestas pertinentes.

Diseño del cuestionario.- Su diseño o elaboración, dependerá de la experiencia del investigador así como de las necesidades de información estipuladas, procurando que cada pregunta que contenga corresponda a determinado requerimiento de información previamente fijado. Tales requerimientos responderán a objetivos generales y específicos, de modo de realizar un esfuerzo coherente al momento de aplicar el cuestionario.

El proceso del diseño de un cuestionario¹²

- 1 Planear qué se va a medir
- 2 Formular preguntas para obtener la información necesaria.
- 3 Decidir sobre el orden de preguntas y sobre el esquema físico del cuestionario
- 4 Usando una muestra pequeña, probar el cuestionario con respecto a omisiones, así como su ambigüedad
- 5 Corregir los problemas (y probar nuevamente, de ser necesario)

Planear qué se va a medir.- Prever, aquello que se medirá significa, planificar hacia dónde se dirigirá el esfuerzo investigativo del cuestionario, es decir, se determinará la información que ha de obtenerse a través de la aplicación del cuestionario. La etapa de planeación del cuestionario pretende, diseñarlo de modo, que facilite la obtención de información relevante para el cumplimiento de los objetivos, cuyas preguntas satisfagan una necesidad de información realmente valiosa, capaz de contribuir sustancialmente a la toma de decisiones, y que no se incluya interrogantes excesivas que pretendan información sin propósito específico; alcanzando un uso óptimo de los recursos destinados a su elaboración y aplicación de un modo exitoso. Caso contrario la aplicación, del cuestionario, provocará el uso indebido de recursos, obteniéndose resultados insuficientes y que contribuyan en forma parcial o muy limitada con relación a lo que se esperaba.

3.5.1.2. Objetivos claros de Investigación:

- Conocer la demanda potencial del proyecto
- Identificar los servicios que la competencia posee
- Determinar el posicionamiento de la competencia en la mente del consumidor.

A fin de cumplir con los objetivos enunciados, se ha determinado ciertos requerimientos de información, los mismos que fueron traducidos a preguntas, que se plasmaron en el cuestionario. Se debe considerar que al haber planteado el enfoque del proyecto de un modo que se evidencie la necesidad de estudiar y analizar el comportamiento del turismo interno y receptor, es implícito que

¹²AAKER David, DAY George(1992): Investigación de Mercados, 3ª edición, 715 páginas, (191,192)

se establezcan requerimientos de información que contribuyan al entendimiento de estos dos mercados en forma completa.

Cuadro No. 50

Requerimientos de Información respecto del Turismo Interno y Receptor

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN
<p>- Conocer la demanda potencial del proyecto</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Proporción de quienes realizan viajes y no, con finalidad turística; así como la época, en la que los realizan. Pregunta 1 - Frecuencia con la que realizan viajes turísticos durante el año. Pregunta 2 - Conocer si el turista viajó a través de un intermediario o por sus propios medios. Pregunta 3 - conocer los medio por los cuales el turista obtuvo información sobre los sitios turísticos. Pregunta 4 - Entender los principales atractivos que motivan al turista interno a movilizarse, asimilando el grado de preferencia, respecto de los diferentes entornos naturales así como de los atractivos culturales. Pregunta 5 - Grado de preferencia y de importancia que para el turista interno, poseen algunos lugares de la provincia de Pichincha, entendidos como los de mayor interés. Pregunta 6 - Principal atractivo, que le impulsa al turista interno a movilizarse a Tababela. Pregunta 7 - Número de noches que pernoctan en Tababela. Pregunta 8 - Tipo de alojamiento preferido, para hospedarse. Pregunta 9 - Disponibilidad y capacidad del turista para el pago en función de varios rangos de precio. Pregunta 12
<p>- Identificar los servicios que la competencia posee</p>	<p>-Conocer sobre el valor, que el turista interno da a los principales atributos existentes en un servicio de alojamiento. Pregunta 11</p>

<p>- Determinar el posicionamiento de la competencia en la mente del consumidor.</p>	<p>- Conocer el grado de posicionamiento que tienen, algunos establecimientos de alojamiento ubicados en Tababela y sus alrededores, así como del establecimiento que competiría directamente con la hostería propuesta, según la percepción del turismo interno.</p> <p>Pregunta 10</p>
---	---

Elaboración: Autoras

Formular preguntas para obtener la información necesaria.- La formulación de las preguntas se lo realiza en función de las necesidades de información previamente fijadas, las cuáles van acorde con los objetivos planteados, de modo que al ser satisfechas dichas necesidades se contribuirá al cumplimiento de los objetivos. Los cuestionarios contienen la totalidad de las preguntas exactas para satisfacer las necesidades de información preestablecidas, tanto para el segmento del turismo interno como el receptor (Ver Anexo 2).

Decidir sobre el orden de preguntas y sobre el esquema físico del cuestionario.- El orden que se les da a las preguntas en el cuestionario, pretende apegarse a la lógica, a fin de que su estructura facilite su entendimiento y resolución procurando que se acople a los patrones lógicos de la mente del individuo.

Usando una muestra pequeña, probar el cuestionario con respecto a omisiones, así como su ambigüedad.- El cuestionario desarrollado fue sometido a una prueba, previo su aplicación definitiva, lo que se conoce como prueba piloto. Esta prueba fue aplicada sobre un número de personas considerado pertinente, el cual fue de quince personas. Durante esta prueba se pudo observar que el tiempo promedio que les tomó a los encuestados contestar las preguntas del cuestionario fue de nueve minutos, así mismo que se pudo asimilar cierta ambigüedad en algunas preguntas, las cuales fueron reformuladas, adicionalmente se apreció que algunas preguntas fueron innecesarias por lo que se procedió a eliminarlas.

Corregir los problemas (y probar nuevamente, de ser necesario).- Al aplicar la prueba piloto, se observó, la existencia de: ambigüedad en algunas preguntas, preguntas cuyo aporte fue poco relevante, orden inadecuado de las preguntas iniciales, número muy amplio de

preguntas, así como la resistencia de algunas personas a colaborar con la encuesta. Los problemas detallados, en lo concerniente al esquema del cuestionario se resolvieron.

3.5.2. Interpretación de los resultados

Al interpretar los resultados de la encuesta se ha podido conocer y entender sobre las características del encuestado y su comportamiento turístico enfocado hacia la temática sobre la que versa el presente estudio. A continuación se presenta la interpretación y resultados obtenidos del turismo interno como del receptor.

TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Turismo Interno y receptor:

Variables Clasificadoras

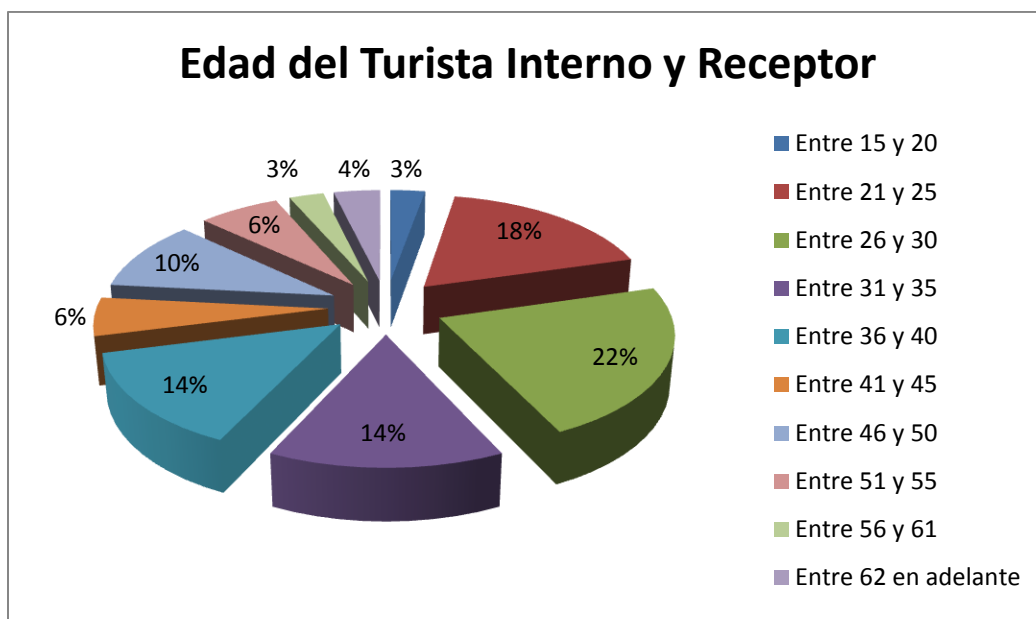
Edad:

Cuadro No. 51

Edad del Turista Interno y receptor según la encuesta aplicada.

VARIABLE	PORCENTAJE
Entre 15 y 20	2,80%
Entre 21 y 25	17,75%
Entre 26 y 30	22,43%
Entre 31 y 35	14,02%
Entre 36 y 40	14,02%
Entre 41 y 45	5,61%
Entre 46 y 50	10,28%
Entre 51 y 55	6,54%
Entre 56 y 61	2,80%
Entre 62 en adelante	3,74%

GRÁFICO No. 5



Los datos muestran, que el 86,91% de individuos posee una edad que va de los 21 a los 50 años. Identificándose la mayor concentración de personas en los rangos de edad comprendidos entre: 21–25 años (17,75%); 26–30 años (22,43%); 31-35 (14,02%); 36-40 (14,02%). De lo descrito, se puede asimilar que la mayoría de personas se encuentran en un rango de edad que los incluye dentro de la población económicamente activa (PEA), con potencial goce de ingresos, con capacidad física de movilización propia. Por lo que se aprecia que bajo la variable edad, la población estudiada no refleja impedimento para la realización de una actividad turística sino más bien se presenta como alentadora.

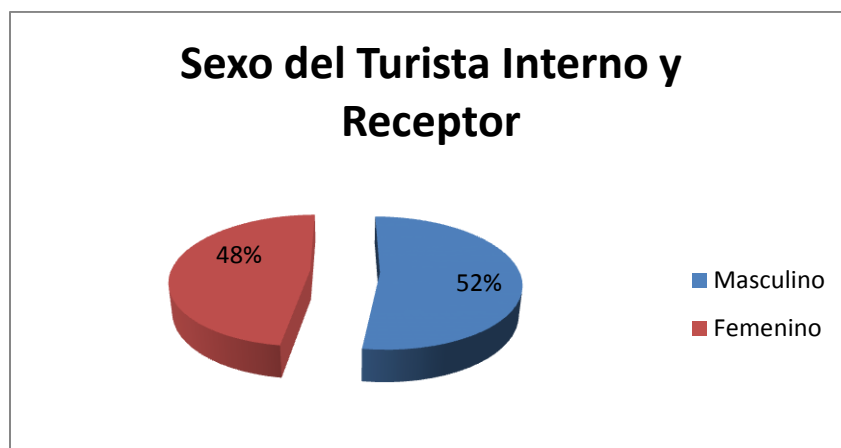
Sexo:

Cuadro No. 52

Sexo del Turista Interno y Receptor según la encuesta aplicada.

VARIABLE	PORCENTAJE
Masculino	52,34%
Femenino	47,66%

Gráfico N° 6



Se aprecia una ligera superioridad del sexo masculino (52,34%) sobre el femenino (47,66%). La actividad turística no discrimina sexos, sino más bien que los considera por igual, ya que tanto hombres como mujeres necesitan de recreación y esparcimiento. Así también que no se puede pretender diseñar una mezcla comunicacional hacia uno de los sexos, motivados por la pequeña diferencia que según los datos se observa; por lo que se debe buscar llegar tanto a hombres y mujeres por igual.

Nivel de Instrucción:

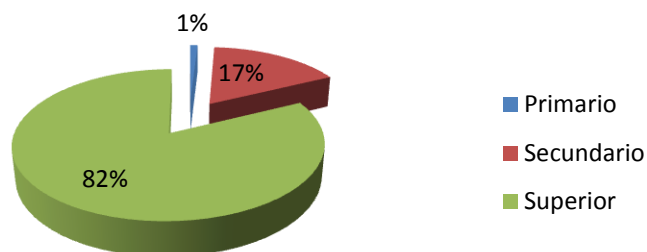
Cuadro No. 53

Nivel de Instrucción del Turista Interno y Receptor según la encuesta aplicada.

VARIABLE	PORCENTAJE
Primario	0,94%
Secundario	16,82%
Superior	82,24%

Gráfico No. 7

Nivel de instrucción del Turista Interno y Receptor



El nivel de instrucción que posee la población, evidencia un predominio de quienes poseen estudios de nivel superior, sobre aquellos que no los poseen. Alcanzar un nivel de instrucción superior, significa que el individuo posee una mayor capacidad de crítica, comparación, análisis y exigencia; situación que obliga a prestadores de servicios a esmerarse por entregar un servicio de calidad, procurando satisfacer las expectativas del cliente. Un nivel de instrucción superior, facilita el acceso a fuentes de empleo, lo que permite un ingreso estable, del cual se deriva el poder adquisitivo, aspectos que favorecen el consumo de bienes y servicios.

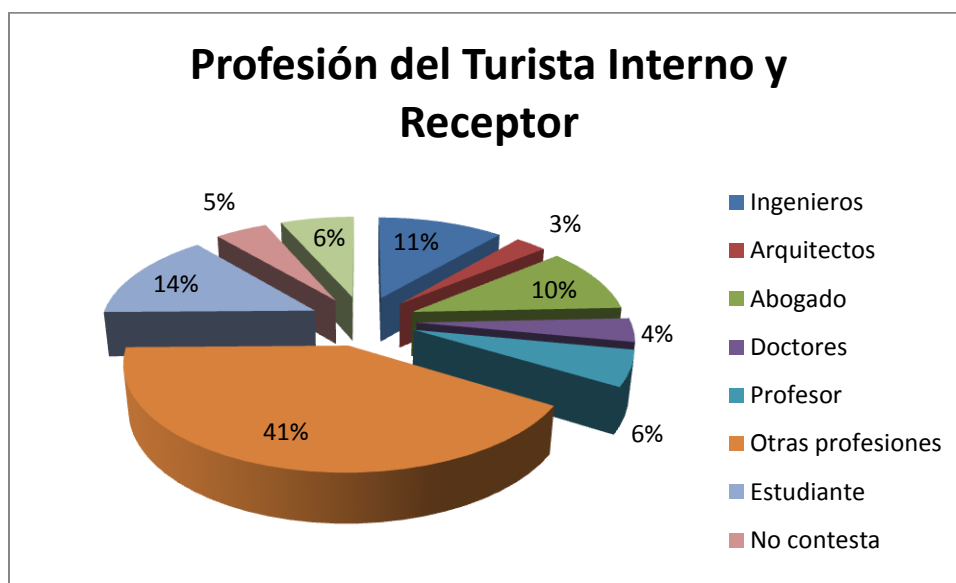
Profesión:

Cuadro No. 54

Profesión del Turista Interno y Receptor según la encuesta aplicada.

VARIABLE	PORCENTAJE
Ingenieros	11,22%
Arquitectos	2,80%
Abogado	10,28%
Doctores	3,74%
Profesor	5,61%
Otras profesiones	41,12%
Estudiante	14,02%
No contesta	4,67%
No posee	6,54%

Gráfico No. 8



Aunque no posean todavía una profesión, el mayor número de encuestados manifestaron ser estudiantes (14,02%); seguida por los Ingenieros (11,22%); Abogados (10,28%); Profesores (5,61%); Doctores(3,74%) y Arquitectos (2,80%). El 41,12% indicó poseer otras profesiones.

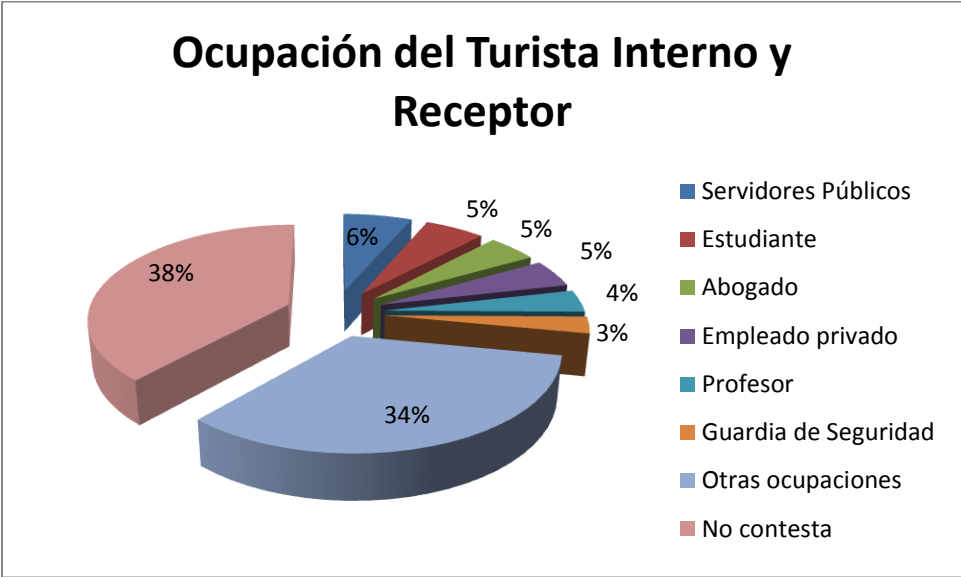
Ocupación:

Cuadro No. 55

Ocupación del Turista Interno y Receptor según la encuesta aplicada.

VARIABLE	PORCENTAJE
Servidores Públicos	6,48%
Estudiante	5,61%
Abogado	4,68%
Empleado privado	4,68%
Profesor	3,74%
Guardia de Seguridad	2,81%
Otras ocupaciones	33,65%
No contesta	38,35%

Gráfico No. 9



En lo concerniente a las ocupaciones, el 6,48% dijo que su ocupación es servidores públicos; el 5,81% manifestó ser estudiante; el 4,68% indicó trabajar como empleado privado; el mismo porcentaje (4,68%) son abogados; el 3,74% señaló desempeñarse como profesor; el 2,81% son guardias de seguridad. Mientras que el 33,65% tiene diferentes ocupaciones como administradores, enfermeras, economistas, ingenieros, entre otras. El 38,35% no contestó este ítem.

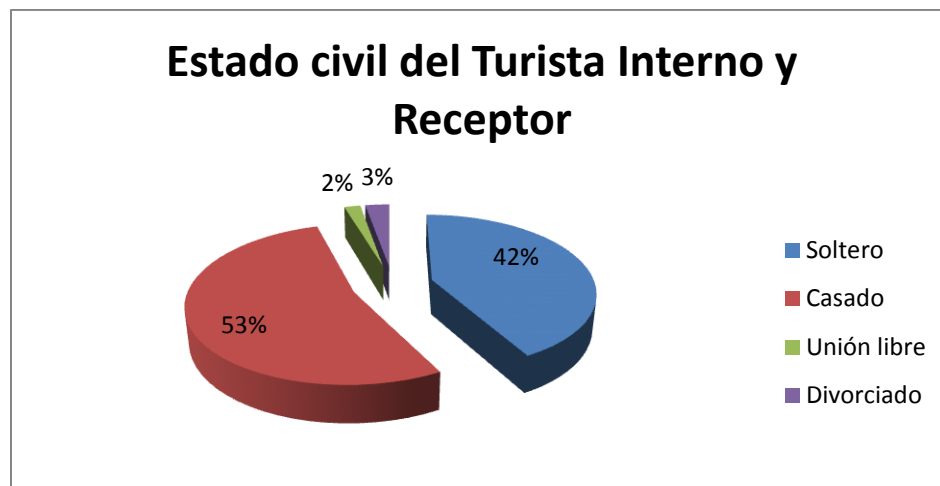
Estado Civil:

Cuadro No. 56

Estado Civil del Turista Interno y receptor según la encuesta aplicada.

VARIABLE	PORCENTAJE
Soltero	42,06%
Casado	53,27%
Unión libre	1,87%
Divorciado	2,80%

Gráfico No. 10



El 53,27% de los encuestados manifestó estar casado, los solteros representan el 42,06%, mientras que los turistas en unión libre o divorciados constituyeron el 1,87% y 2,80% respectivamente. Considerando que la mayoría de los encuestados están casados, se puede prever que esa porción de los encuestados realizaría su mayoría de desplazamientos por concepto de turismo en familia, mientras que el resto de los encuestados pueden optar con mayor frecuencia por un desplazamiento individual o con amigos sin que los paseos familiares sean excluidos.

Número de Hijos:

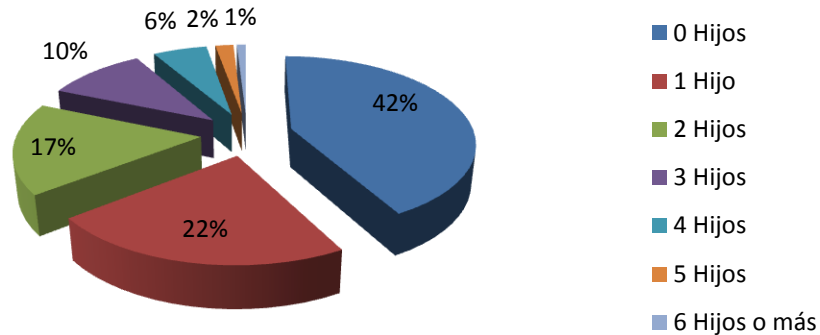
Cuadro No. 57

Número de hijos del Turista Interno y receptor según la encuesta aplicada.

VARIABLE	PORCENTAJE
0 Hijos	42,06%
1 Hijo	22,43%
2 Hijos	16,82%
3 Hijos	10,28%
4 Hijos	5,61%
5 Hijos	1,87%
6 Hijos o más	0,93%

Gráfico No. 11

Número de hijos que posee el Turista Interno y Receptor



La mayoría de los encuestados expresó no tener hijos (42,06%), seguidos por quienes manifestaron tener un solo hijo (22,43%), los que poseen 2 y 3 hijos (16,82% y 10,28% respectivamente), evidenciándose una menor porción de parte de quienes tienen 4, 5 y 6 hijos o más representando apenas un 5,61%, 1,87% y 0,93% respectivamente.

Lugar de origen:

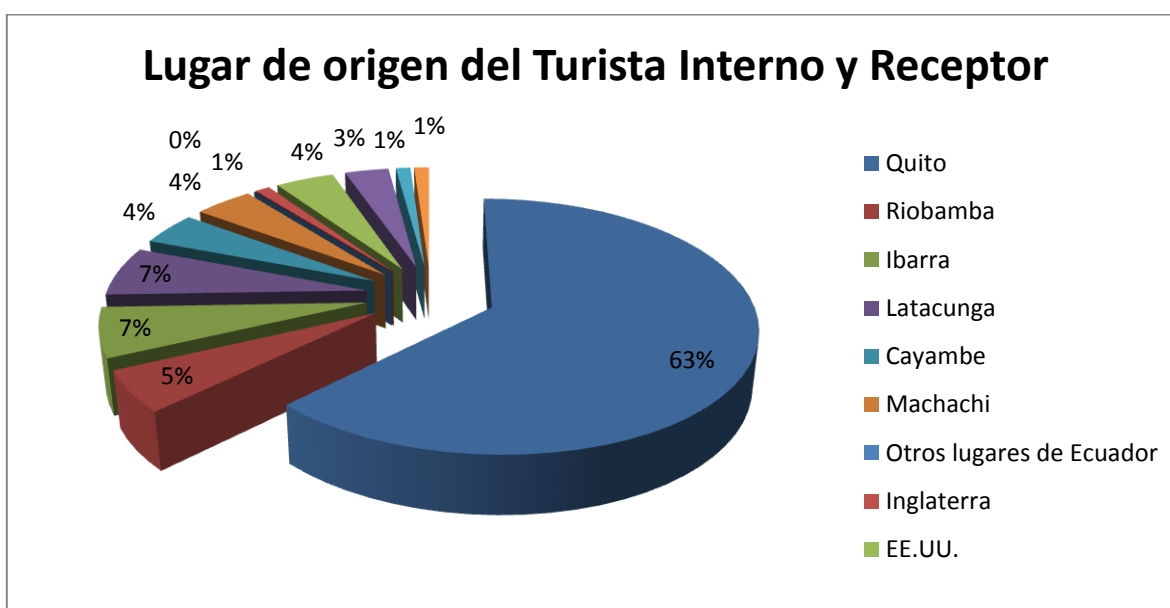
Cuadro No. 58

Lugar de origen del turista interno y receptor según la encuesta aplicada.

VARIABLE	PORCENTAJE
Quito	55,13%
Riobamba	4,67%
Ibarra	5,61%
Latacunga	5,61%
Cayambe	3,74%
Machachi	3,74%
Otros lugares de Ecuador	12.14%
Inglaterra	0,94%
EE.UU.	3,74%
Canadá	2,80%

China	0,94%
No contesta	0,94%

Gráfico No. 12



El lugar de origen de los encuestados, fue en su mayoría de la ciudad de Quito (55,13%), seguido por las ciudades de Ibarra y Latacunga (11,22%), de las ciudades de Riobamba, Cayambe y Machachi (12,15%). Mientras que de otros lugares del Ecuador proviene el 12,14%.

En cuanto a los turistas extranjeros que fueron encuestados dentro de las 107 encuestas realizadas, el 3,74% proviene de EE.UU, el 2,80% de Canadá; y de Inglaterra y China el 1,88%.

1.-Usted realiza viajes con fines turísticos en: (Marque una X)

Feriados_____

Fines de Semana_____

Otro_____

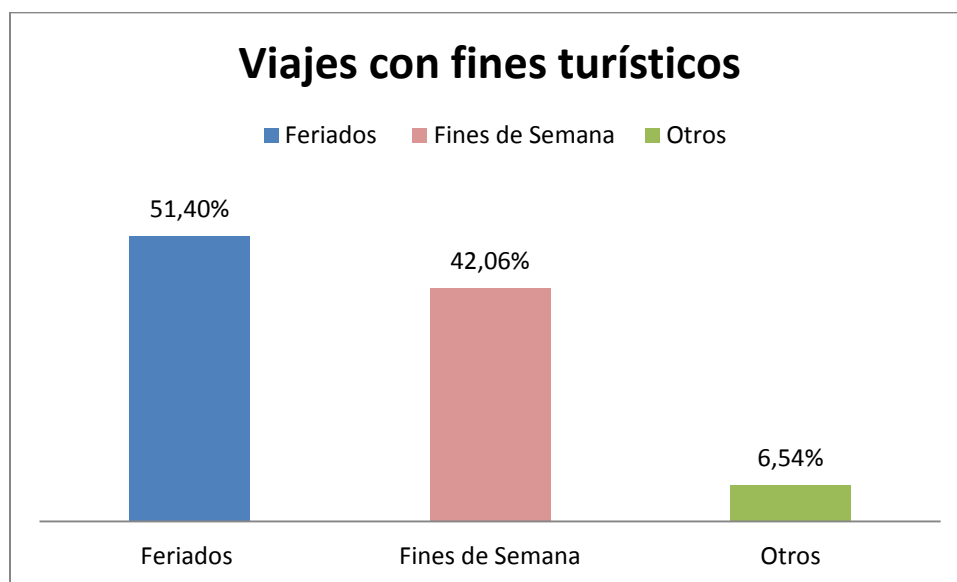
Especifique_____

Cuadro No. 59

Pregunta N° 1 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor

VARIABLES	PORCENTAJE
Ferados	51,40%
Fines de Semana	42,06%
Otros	6,54%

Gráfico No. 13



La época del año, en la cual el turista interno prefiere movilizarse por concepto de turismo, según los datos obtenidos al aplicar la presente encuesta es el tiempo de feriados (51,40%), los fines de semana (42,06%), y en menor proporción en otras épocas del año (6,54%), siendo tal época la correspondiente a vacaciones escolares o vacaciones laborales. La época de feriados se muestra como la más atractiva para la movilización del turista, por lo que los prestadores de servicios turísticos deben revisar un calendario y prever el tiempo de incremento de la demanda turística, entonces prepararse adecuadamente.

2.- ¿Con qué frecuencia, usted sale de su lugar de residencia con fines turísticos?

Semanal _____

Mensual_____

Trimestral_____

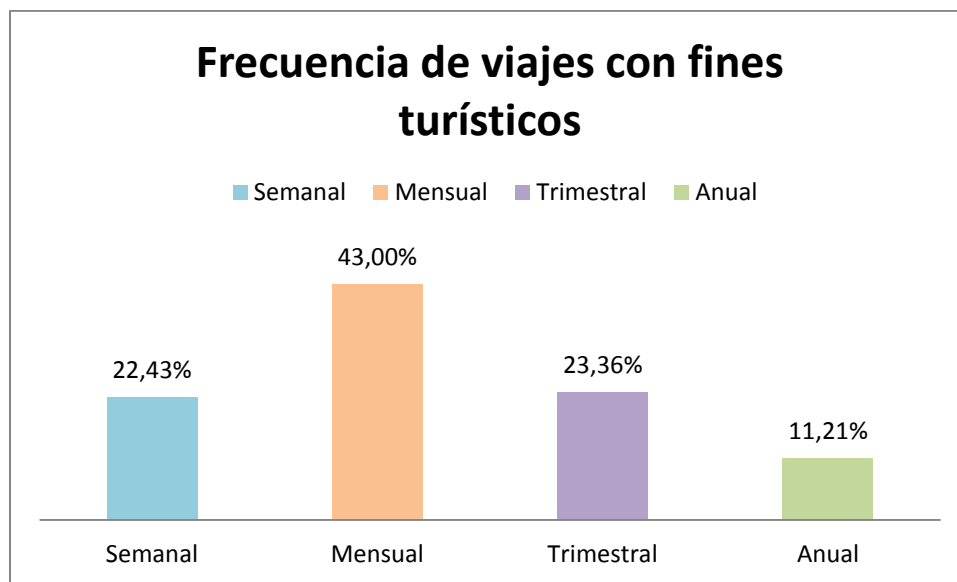
Anual _____

Cuadro No. 60

Pregunta N° 2 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor

VARIABLES	PORCENTAJE
Semanal	22,43%
Mensual	43,00%
Trimestral	23,36%
Anual	11,21%

Gráfico No. 14



La frecuencia de salida del turista interno de su lugar de residencia por motivos turísticos, se presenta del siguiente modo: semanal (22,43%), mensual (43%), trimestral (23,36%) y anual (11,21%). Se aprecia una alta superioridad del número de turistas que viaja en forma mensual, respecto de otros que lo hacen con diferente frecuencia. Aquellos que realizaron sus viajes con una frecuencia semanal y trimestral concentran el 45,79% de los encuestados, lo que se aprecia como

alentador ya que su frecuente movilización implica mayor gasto en actividades turísticas, respecto de quienes realizan viajes con menos frecuencia.

3.- Elija una alternativa ¿Al viajar lo hizo:

A través de un intermediario _____

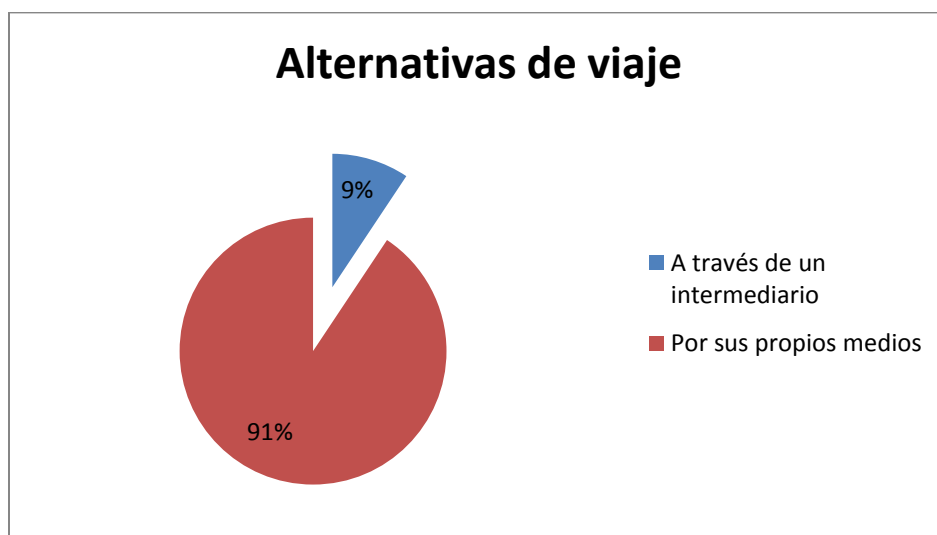
Por sus propios medios _____

Cuadro No. 61

Pregunta N° 3 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor

Alternativa	Porcentaje
A través de un intermediario	9,35%
Por sus propios medios	90,65%

Gráfico No. 15



Al viajar el turista lo realiza en un 90,65% por sus propios medios, y con una gran diferencia del 9,35% quienes lo hacen a través de un intermediario. Esto nos permite apreciar la capacidad de movilización que tienen los turistas para visitar los atractivos turísticos del Ecuador.

4.- A través de qué medios de información usted obtuvo información de los sitios turísticos en el Ecuador?

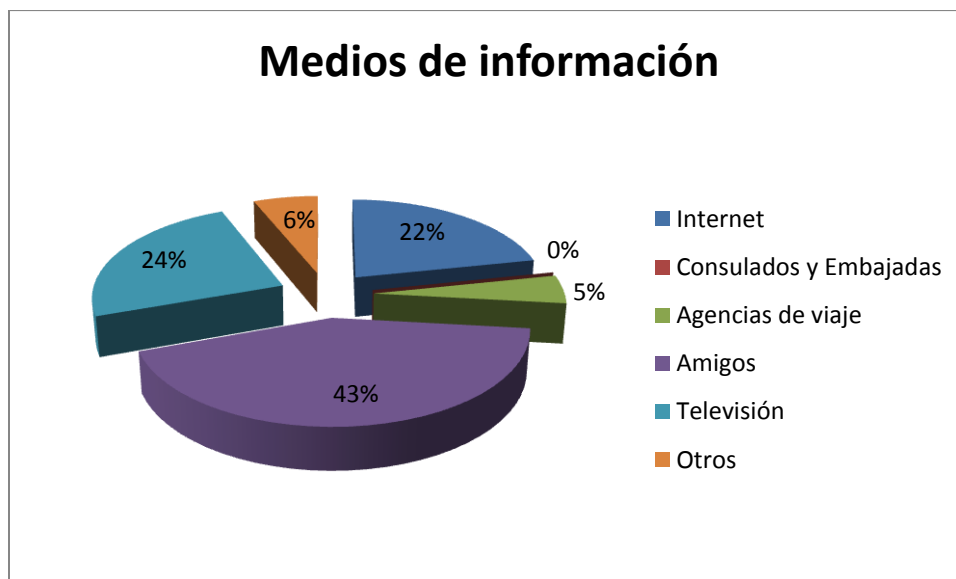
Internet _____ Consulados y embajadas _____ Agencias de viaje _____
Amigos _____ Televisión _____ Otros: Especifique _____

Cuadro No. 62

Pregunta N° 4 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor

Medios de información	Porcentaje
Internet	32,71%
Consulados y Embajadas	0%
Agencias de viaje	7,48%
Amigos	64,48%
Televisión	36,45%
Otros	9,35%

Gráfico No. 16



Según la encuesta aplicada, los turistas obtienen información sobre el Ecuador a través de sus amigos en un 64,48% seguido por la televisión e internet en un 36,45% y 32,71% respectivamente; y en menor proporción está la agencia de viajes en un 7,48%; mientras que el 9,35% lo hace por otros medios de información.

5.- En orden de preferencia enumere del 1 al 4 los lugares que usted visita cuando sale de la ciudad. Siendo 4 el de mayor preferencia y 1 el de menor preferencia.

Sol y Playa _____ Montaña y Naturaleza _____

Historia y Cultura _____ Selva _____

Cuadro No. 63

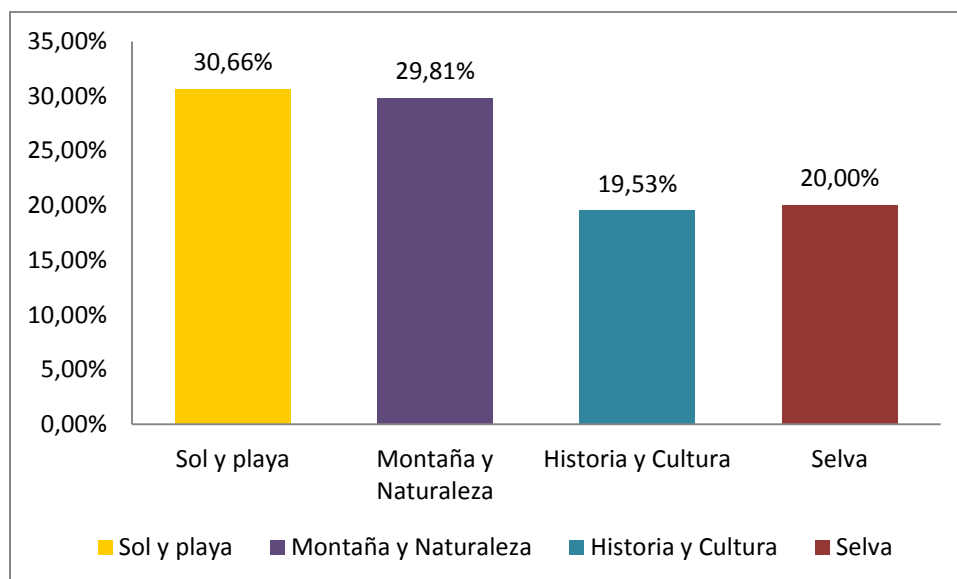
Pregunta N° 5 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor

Sol y Playa		Montaña y Naturaleza		Historia y Cultura		Selva	
4	43,00%	4	38,32%	4	7,47%	4	11,21%
3	28,04%	3	35,51%	3	21,49%	3	14,96%
2	21,49%	2	13,09%	2	29,92%	2	35,51%
1	7,48%	1	12,15%	1	41,12%	1	39,25%

Cuadro No. 64

Preferencia del turista	Porcentaje
Sol y playa	30,66%
Montaña y Naturaleza	29,81%
Historia y Cultura	19,53%
Selva	20,00%

Gráfico No. 17



Según las preferencias del turista hacia los distintos ambientes, obtuvimos que viajar hacia el Sol y Playa; y Montaña y naturaleza fueron las opciones que representaron la mayor preferencia por parte del turista interno y receptor alcanzando el 30,66% y 29,81% respectivamente; mientras que la Selva fue señalada en un 20% e Historia y Cultura en un 19,53%.

6.- Califique bajo una escala de 1 – 10 la preferencia que para usted poseen los siguientes lugares.

Tababela _____ Cayambe _____ Guayllabamba _____
 Mindo _____ Mitad del Mundo _____ Tabacundo _____
 Papallacta _____ El Quinche _____ Sangolquí _____
 Machachi _____

Cuadro No. 65

Pregunta N° 6 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor

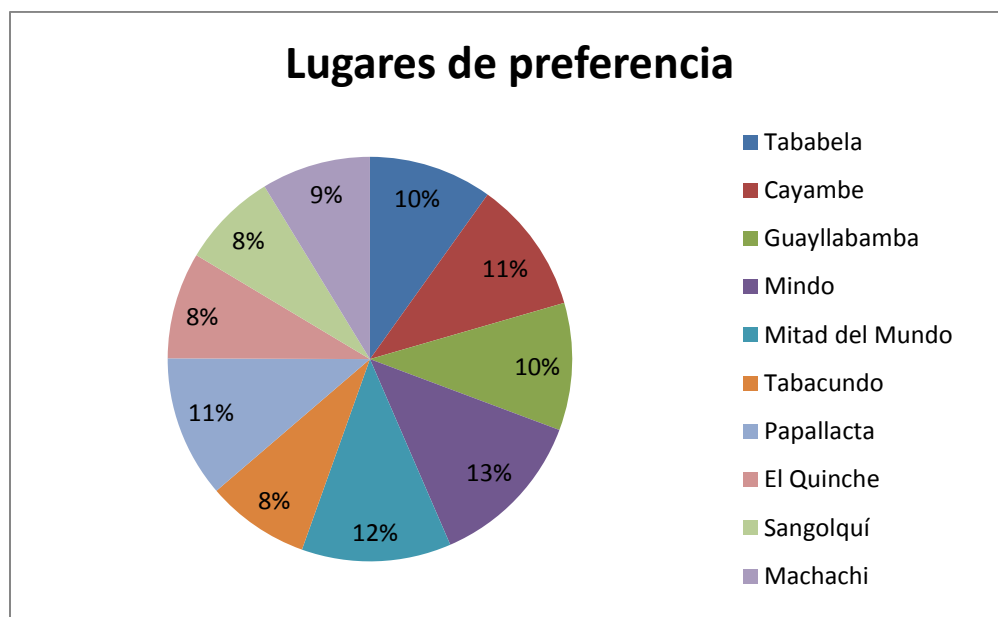
VARIABLE / CALIFICACIÓN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tababela	6,54 %	12,15 %	14,9 5%	9,41 %	9,35 %	7,48 %	8,41 %	12,1 5%	9,35 %	11,21 %
Cayambe	5,60 %	11,21 %	14,9 5%	18,69 %	8,41 %	7,48 %	11,21 %	11,2 1%	3,74 %	7,48 %

Guayllabamba	10,2 8%	9,35%	11,2 1%	10,28 %	11,2 1%	9,35 %	9,35%	11,2 1%	9,35 %	5,61%
Mindo	26,1 7%	22,43 %	4,67 %	13,08 %	9,35 %	4,67 %	6,54%	0,93 %	4,67 %	7,48%
Mitad del Mundo	14,9 5%	10,28 %	17,7 6%	11,21 %	10,2 8%	9,35 %	7,48%	6,54 %	6,54 %	2,80%
Tabacundo	7,48 %	1,87%	7,48 %	4,67 %	10,2 8%	14,95 %	11,21 %	17,7 5%	17,7 5%	7,48%
Papallacta	18,6 9%	14,95 %	10,2 8%	5,61 %	12,1 5%	11,21 %	8,41%	5,61 %	10,2 8%	2,80%
El Quinche	4,67 %	3,74%	6,54 %	13,08 %	12,1 4%	11,21 %	12,14 %	10,2 8%	13,0 8%	13,08%
Sangolquí	2,80 %	1,87%	7,48 %	2,80% 	11,2 1%	12,14 %	12,14 %	12,1 4%	12,1 4%	25,23%
Machachi	3,74 %	11,21 %	5,60 %	12,15 %	5,60 %	13,08 %	12,15 %	9,35 %	9,35 %	15,89%

Cuadro No. 66

Lugar de preferencia	Porcentaje
Tababela	9,85%
Cayambe	10,60%
Guayllabamba	10,15%
Mindo	12,76%
Mitad del Mundo	11,92%
Tabacundo	8,23%
Papallacta	11,31%
El Quinche	8,50%
Sangolquí	7,66%
Machachi	8,70%

Gráfico No. 18



En esta interrogante se pide al encuestado que califique en orden de preferencia del 1 al 10 los lugares que prefiere visitar. Siendo 1 el de mayor preferencia y 10 el de menor preferencia. Se puede apreciar que los lugares de mayor acogida por el turista son Mindo, Mitad del Mundo y Papallacta con el 12,76%, 11,92% y 11,31% respectivamente. Mientras que los lugares de menor preferencia para el turista fueron El Quinche, Tabacundo y Sangolquí con el 8,50%, 8,23% y 7,66% respectivamente.

7.- Señale solo una opción ¿Cuál es el principal atractivo que motiva a usted viajar hacia Tababela? (Marque con una X).

Áreas Naturales_____ Expresiones Culturales_____ Espíritu aventurero_____

Artesanías _____ Gastronomía _____ Invitación de amigos o familiares_____

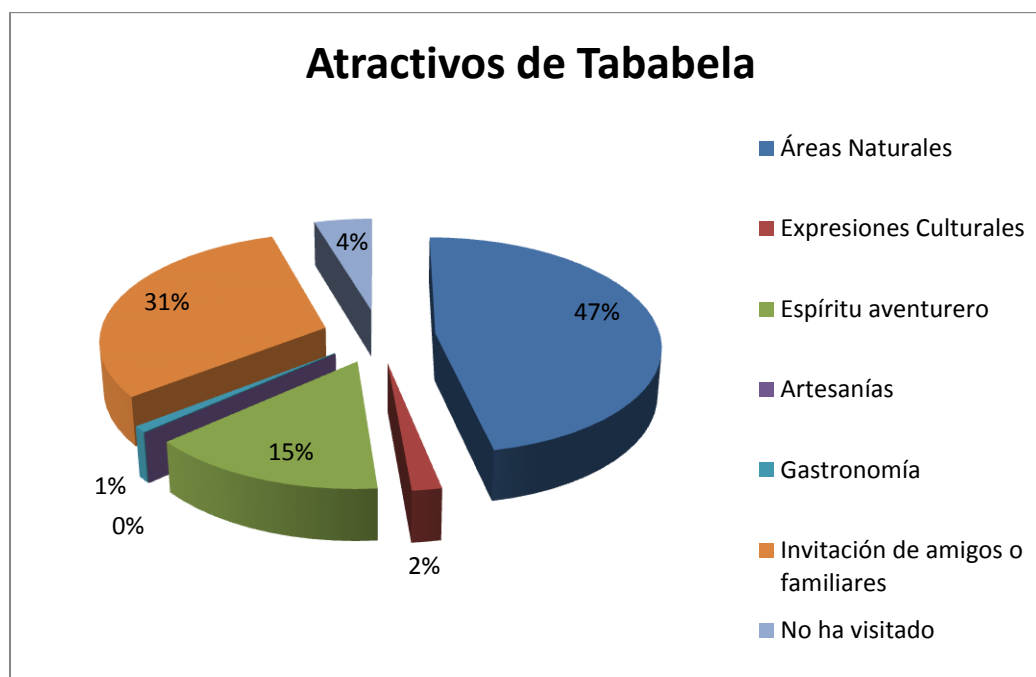
Cuadro No. 67

Pregunta N° 7 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor

VARIABLES	PORCENTAJE
Áreas Naturales	46,73%
Expresiones Culturales	1,87%
Espíritu aventurero	14,95%

Artesanías	0%
Gastronomía	0,94%
Invitación de amigos o familiares	30,84%
No ha visitado	4,67%

Gráfico No. 19



El principal atractivo que impulsa al turista interno como al receptor a movilizarse hacia la parroquia Tababela, constituyen las áreas naturales (46,73%); por invitación de amigos o familiares (30,84%); por espíritu aventurero (14,95%); por las expresiones culturales y gastronomía (1,87% y 0,94%), mientras que el 4,67% manifestó no haber visitado la parroquia.

Al ser los atractivos naturales el principal motivo que conlleva al turista interno y receptor a visitar Tababela, se aprecia una importante oportunidad para el desarrollo del turismo ecológico.

La reducida proporción en la que el grupo del turismo interno visita Tababela por motivo de sus expresiones culturales, se debe a su limitada divulgación, así como a la poca valoración que el ecuatoriano da la cultura en general y aún más a la propia debido a la ausencia de una identidad forjada en la valoración auténtica de la riqueza cultural dejada por sus antepasados, pasando a ser admirador, imitador, inquilino y espectador de la cultura foránea.

8.- Al visitar la parroquia de Tababela. ¿Qué número de noches se hospeda?

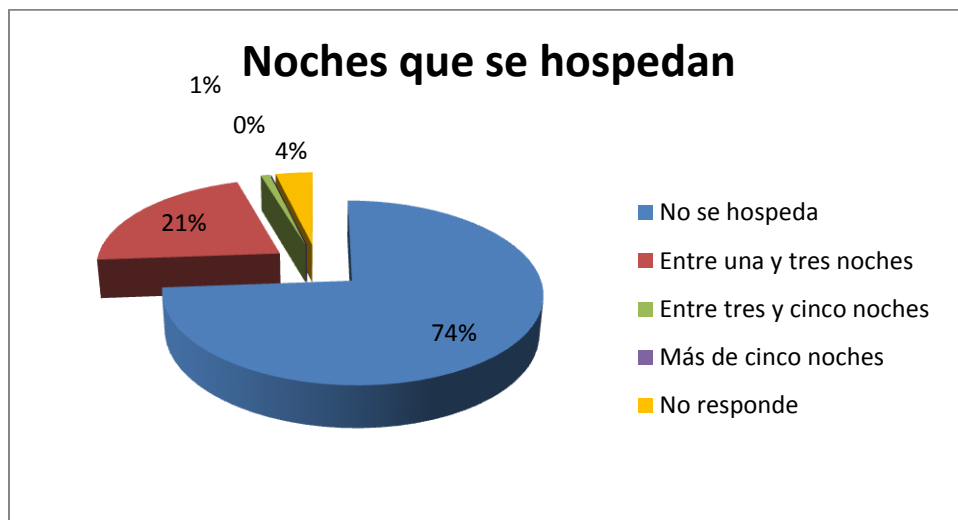
No se hospeda _____ Entre una y tres noches _____
 Entre tres y cinco noches _____ Más de cinco noches _____

Cuadro No. 68

Pregunta N° 8 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor

VARIABLES	PORCENTAJE
No se hospeda	73,83%
Entre una y tres noches	21,50%
Entre tres y cinco noches	0,93%
Más de cinco noches	0%
No responde	3,74%

Gráfico No. 20



El comportamiento del turista interno y receptor en lo concerniente al hospedaje se presentó del siguiente modo: No se hospeda (73,83%); se hospeda entre una y tres noches (21,50%); entre tres y cinco noches (0,93%); Más de cinco noches (0%). Una considerable porción de los encuestados no se hospeda, lo que se debe a que manejan un criterio de visitar Tababela, sus principales atractivos, disfrutar y retornar el mismo día, sustentando su decisión en la cercanía geográfica que posee su lugar de residencia (Quito) con Tababela. Un 3,74% no respondió la pregunta.

9.- Jerarquice, los siguientes lugares de alojamiento. Siendo 1 el de mayor preferencia y 4 el de menor preferencia.

Hotel _____ Hostal Residencia_____ Hostería_____ Motel _____

Cuadro No. 69

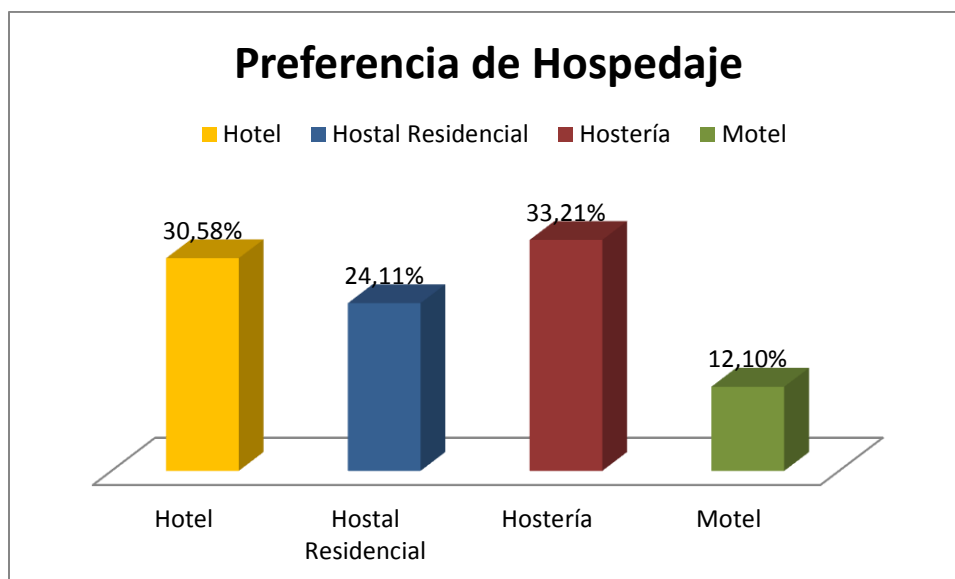
Pregunta N° 9 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor

Hotel		Hostal Residencia		Hostería		Motel	
1	32,71%	1	11,22%	1	55,14%	1	1,87%
2	44,86%	2	23,36%	2	26,17%	2	3,74%
3	16,82%	3	59,81%	3	14,95%	3	7,48%
4	5,61%	4	5,61%	4	1,87%	4	86,92%

Cuadro No. 70

Tipo de Alojamiento	Porcentaje preferencia
Hotel	30,58%
Hostal Residencial	24,11%
Hostería	33,21%
Motel	12,10%

Gráfico No. 21



El 33,21% de los encuestados, señaló que la hostería es el alojamiento de su mayor preferencia, seguido por el hotel (30,58%), hostel residencial (24,11%). Mientras la preferencia del motel apenas alcanzó el 12,10%. Por lo expuesto se puede apreciar que la hostería es el alojamiento que goza de la preferencia de los encuestados.

10.- De los siguientes establecimientos de alojamiento ubicados en Tababela y sus alrededores marque con una X, si se ha hospedado o los conoce, o ambos si fuera el caso, o si no los conoce. Y califique aquellos que marcó, señalando con una X, según los siguientes criterios: M.S. (Muy satisfecho), S. (satisfecho), A.S. (algo satisfecho), N.S. (Nada Satisfecho).

Cuadro No. 71

Pregunta N° 10 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor

Alojamiento	Se ha hospedado	Conoce	No conoce	Califique			
				M.S	S.	A. S.	N.S.
Termas Papallacta	7,14%	78,50%	21,50%	66,67%	27,38%	5,95%	0%
Hostería El Colibrí	2,86%	32,71%	67,29%	25,71%	65,71%	8,57%	0%
Hostería Mi	6,25%	44,86%	55,14%	43,75%	47,92%	8,33%	0%

Huasipungo				%			
El Vergel	0%	50,47%	49,53%	29,63	55,56%	14,81	0%
				%		%	
Hotel Nevada	9,09%	10,28%	89,72%	9,09%	36,36%	54,54	0%
						%	

Gráfico No. 22

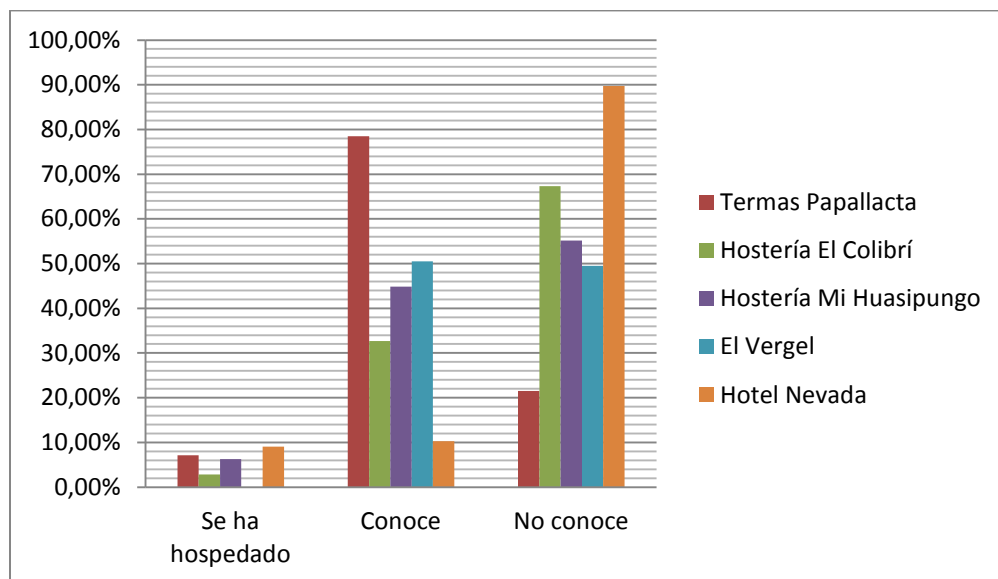
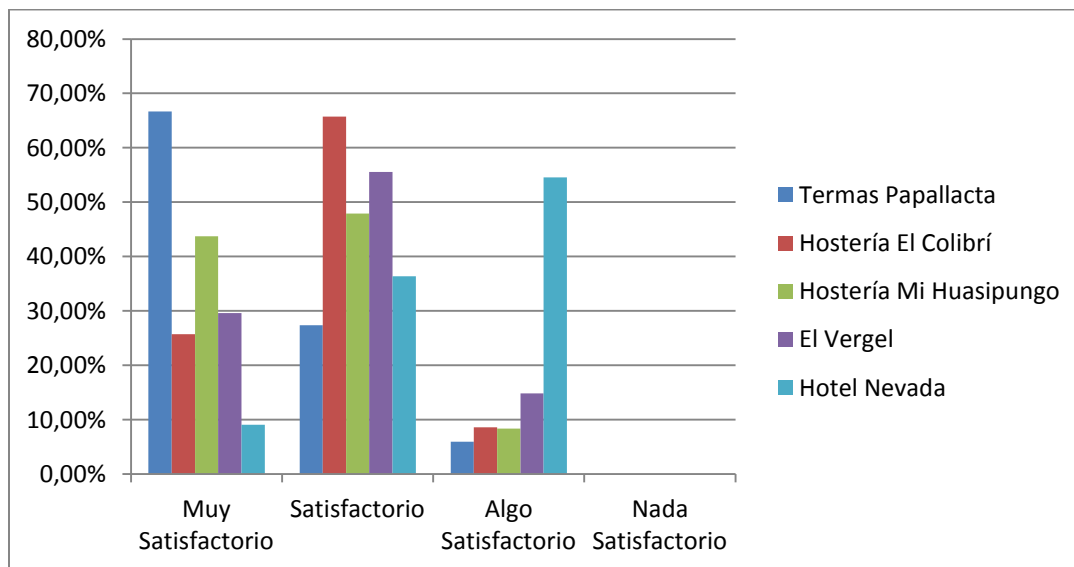


Gráfico No. 23



El posicionamiento de los establecimientos de alojamiento enunciados en la encuesta, se lo puede evidenciar de algún modo al considerar los siguientes datos: Sobre la pregunta si conocen o no los establecimientos citados, de las 107 personas encuestadas el 78,50% manifestó conocer Termas Papallacta de los cuales solo el 7,14% se hospedó, mientras que el 21,50% manifestó no conocerlo; sobre la Hostería El Colibrí el 32,71% la conoce los cuales solo el 2,86% se hospedó y el 67,29% no la conoce; Hostería Mi Huasipungo el 44,86% la conoce de los cuales solo el 6,25% se hospedó y el 55,14% no la conoce; el Hotel El Vergel el 50,47% lo conoce y el 49,53% no lo conoce; y, en cuanto al Hotel Nevada el 10,28% lo conoce de los cuales solo el 9,09% se hospedó y el 89,72% no lo conoce.

De las personas que conocen y se han hospedado en Termas Papallacta, el 66,67% lo calificó como Muy Satisfactorio; de las personas que conocen y se han hospedado en Hostería El Colibrí el 65,71% lo calificó como Satisfactorio; de las personas que conocen y se han hospedado en Hostería Mi Huasipungo el 47,92% lo calificó como Satisfactorio; de las personas que conocen el Hotel El Vergel el 55,56% lo calificó como Satisfactorio; y, de las personas que conocen y se han hospedado en el Hotel Nevada el 54,54% lo calificó como Algo Satisfactorio.

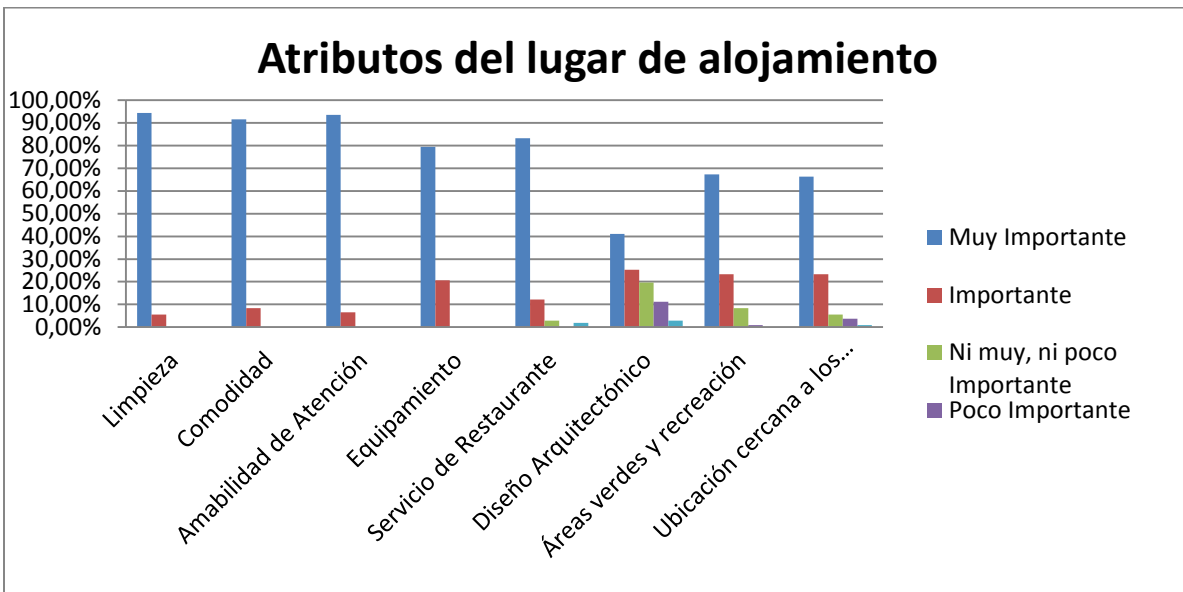
11.- Califique, según la siguiente matriz la importancia que para usted poseen los siguientes atributos en un lugar de alojamiento.

Cuadro No. 72

Pregunta N° 11 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor

Atributo/ Calificación	Muy Importante	Importante	Ni muy, ni poco Importante	Poco Importante	Nada Importante
Limpieza	94,39%	5,61%	0%	0%	0%
Comodidad	91,59%	8,41%	0%	0%	0%
Amabilidad de Atención	93,46%	6,54%	0%	0%	0%
Equipamiento	79,44%	20,56%	0%	0%	0%
Servicio de Restaurante	83,18%	12,15%	2,80%	0%	1,87%
Diseño Arquitectónico	41,12%	25,23%	19,63%	11,21%	2,81%
Áreas verdes y recreación	67,29%	23,36%	8,41%	0,94%	0%
Ubicación cercana a los atractivos turísticos	66,36%	23,36%	5,61%	3,74%	0,93%

Gráfico No. 24



La proporción de los encuestados que calificó como muy importante a los atributos del servicio de alojamiento expuestos en la encuesta se presentó de la siguiente forma: limpieza (94,39%); comodidad (91,59%), amabilidad de atención (93,46%), equipamiento (79,44%); servicio de restaurante (83,18%); diseño arquitectónico (41,12%); áreas verdes y de recreación (67,29%); ubicación cercana los atractivos turísticos (66,36%), por lo que se puede asimilar que la limpieza, comodidad, amabilidad de atención, equipamiento, servicios de restaurante, áreas verdes y de recreación, y ubicación cercana a los atractivos turísticos fueron señalados como muy importantes por la mayoría de los encuestados. El diseño arquitectónico fue calificado como importante y ni muy ni poco importante por la mayoría de encuestados, es decir por el 25,23% y 19,63% respectivamente. En definitiva se puede vislumbrar la importancia, de que un centro de alojamiento cuente con óptimas características en lo concerniente a los atributos mencionados en la encuesta, principalmente en lo concerniente a la limpieza, amabilidad de atención, equipamiento, comodidad, áreas verdes y recreación, y ubicación cercana a los atractivos turísticos.

12.- Señale con una X, el precio que usted estaría dispuesto a pagar por noche y por persona en una hostería de tres estrellas (primera categoría).

Menos de \$25 _____

Entre \$25 y \$50 _____

Entre \$50 y \$75 _____

Entre \$75 y \$100 _____

Entre \$100 y \$125 _____

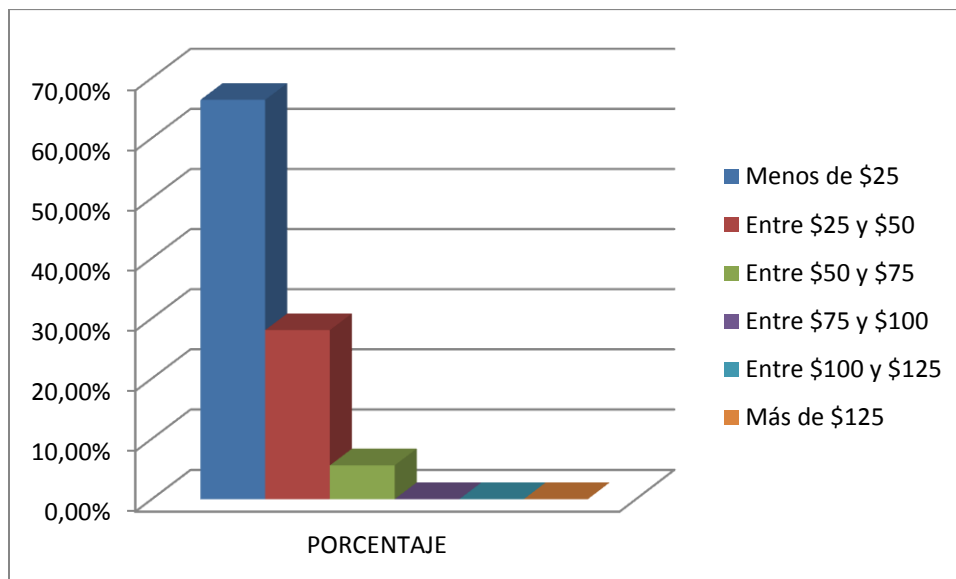
Más de \$125 _____

Cuadro No. 73

Pregunta N° 12 de la encuesta aplicada al Turista Interno y receptor

VARIABLES	PORCENTAJE
Menos de \$25	66,36%
Entre \$25 y \$50	28,04%
Entre \$50 y \$75	5,60%
Entre \$75 y \$100	0%
Entre \$100 y \$125	0%
Más de \$125	0%

Gráfico No. 25



Según la encuesta aplicada al turista interno, el precio que estarían dispuestos a pagar por noche y por persona en una hostería de primera categoría, es el siguiente: menos de \$25 (66,36%); entre \$25 y \$50 (28,04%); entre \$50 y \$75 (5,60%); mientras que entre \$75 y \$100; entre \$100 y \$125; y, más de \$125 (0%). La mayoría expresa estar dispuesto a pagar menos de \$25, así también hay una

considerable porción de encuestados que están dispuestos a pagar entre \$25 y \$50, entonces lo más lógico sería fijar un precio que se ubique dentro de los rangos mencionados.

3.6. Delimitación del Mercado al que se dirigirá el proyecto

El servicio descrito en el presente proyecto, pretende satisfacer las necesidades de alojamiento, esparcimiento, alimentación, tanto del turista interno como del receptor, que decida pernoctar en Tababela o sus inmediaciones.

El perfil del turista interno:

- Residentes de la ciudad de Quito, cuyo interés al momento de viajar sea acercarse a la naturaleza o a la montaña, así como también al conocimiento de aspectos histórico culturales.

El perfil del turista receptor:

- Turista de origen norteamericano o europeo que de preferencia viaje sin la intermediación de agencia de viajes; lo que no significa descartar aquellos que arriben al país a través de la intermediación de una agencia viajes.
- Turista interesado en conocer los atractivos de tipo natural y cultural que el país posee.

3.6.1. Determinación de la demanda potencial o aparente

A fin de conocer la demanda potencial que tendría el proyecto se ha considerado las hosterías y hoteles-hosterías existentes en la parroquia Tababela y sus alrededores, debido a que la ubicación geográfica de la hostería planteada en el presente proyecto sería en la parroquia Tababela del cantón Quito de la provincia de Pichincha.

Las hosterías y hoteles-hosterías existentes en Tababela, junto con la capacidad de atención que poseen, se puede evidenciar a continuación:

Cuadro No. 74

Hosterías de Tababela cantón Quito

Provincia: Pichincha				
Cantón: Quito				
Parroquia: Tababela				
Hosterías				
Nombre	Nº Habitaciones	Nº Plazas	Comidas	
			Bebidas	
			Nº Mesas	Nº Plazas
Hostería El Colibrí	3	10	1	30
Hostería Mi Huasipungo	4	20	11	35
Hotel El Vergel	6	20	10	48

El servicio de restaurante de las hosterías referidas, posee un número de mesas de 22; las mismas que permiten atender a 105 personas (plazas).

El número de habitaciones de las hosterías ubicadas en la parroquia Tababela, según la investigación de campo realizada, es de 13, las cuales dan cabida a 50 personas (plazas). Por lo que se deduce que existe una capacidad para atender a 18.250 pernотaciones al año; y bajo el supuesto que el promedio de estadía sea 1,7 noches (pernотaciones), las hosterías estarían en capacidad de atender a 10.735,29 visitantes.

En definitiva, al cuantificar la capacidad de oferta de las hosterías ubicadas en la provincia de Pichincha, cantón Quito, parroquia Tababela, se refleja la existencia de una fuerte demanda potencial. El tamaño de la oferta, permite vislumbrar la presencia de una demanda que atrae a las hosterías a participar en la carrera competitiva.

3.6.2. Cuantificar la demanda del mercado objetivo

Con la finalidad de explicar y cuantificar la demanda existente para el presente proyecto, se ha requerido de la utilización de términos como demanda insatisfecha y demanda real-objetivo, por lo que es necesario dar un concepto de cada uno.

Demanda Insatisfecha.- Número de pernoctaciones que demandan los visitantes de la parroquia Tababela y sus alrededores, y que los establecimientos ubicados en dicha parroquia no están en capacidad de atender. A esto debemos sumar el aumento que se prevé de la demanda en cuanto entre en funcionamiento el nuevo aeropuerto internacional de Quito.

Demanda real-objetivo.- Parte de la demanda insatisfecha que prefiere a la hostería como lugar de alojamiento, según los datos obtenidos al aplicar las encuestas.

Se toma como población a los 1.474 visitantes internos y receptores que llegaron a Tababela durante el año 2010. A dicha población se generalizarán los datos obtenidos en la encuesta aplicada al turismo interno.

Cuadro No. 75

Número de pernoctaciones Demandadas por el Turismo Interno y receptor

Variables	Porcentaje	No. Visitantes	No. Pernoctaciones
No se hospeda	73,83%	1.088,25	0
Entre 1 y 3 noches	21,50%	316,91	634
Entre 3 y 5 noches	0,93%	13,71	55
Más de 5 noches	0	0	0
Total			689

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada al turismo interno y receptor.

Elaborado por: Autoras

El número de pernoctaciones que el turismo interno y receptor, demandaría al visitar la parroquia Tababela es de 689 durante un año. A este número se deberá sumar la demanda futura que existirá en cuanto entre en funcionamiento el nuevo Aeropuerto Internacional de Quito.

Es necesario señalar que los servicios que ofrece una hostería son muchos, entre los que podemos mencionar: uso de instalaciones para recreación, eventos, restaurante y hospedaje; por lo tanto, no nos enfocaremos directamente en el alojamiento como punto central de esta investigación.

3.6.3. Demanda insatisfecha

Cuadro No. 76

Cuantificación de la demanda insatisfecha

Oferta turística	Demanda turística	Demanda insatisfecha
10.735,29	122.631,45	111.896,16

Los valores obtenidos en el cuadro No. 76, los obtuvimos de la siguiente manera: *Oferta turística*, la obtuvimos del cuadro No. 74, donde se especifican las capacidades que poseen las hosterías que existen en la parroquia; *Demanda turística*, este valor lo obtuvimos de los las proyecciones de entradas de turistas que arribarán al aeropuerto de Quito (60%) y las salidas del país en el año 2013, sumando el 10% y el 5% respectivamente de cada cifra proyectada; *Demanda insatisfecha*, es la resta de la oferta turística menos la demanda turística.

3.7. Precios / Tarifas

Precio.- Al fijar el precio de un producto o servicio se debe observar los siguientes lineamientos: Precio de la competencia, percepción del cliente y costos en los que se incurrirá.

- **Precio de la competencia.-** Se considera competencia directa a las hosterías Mi Huasipungo, El Colibrí y El Vergel localizadas en la parroquia Tababela, las cuales según el estudio realizado manejan las siguientes tarifas:

Cuadro No. 77

Hostería	Uso de instalaciones		Hospedaje por noche
	Niños	Adultos	
Mi Huasipungo	\$5,00	\$7,00	\$25,00
El Colibrí	\$2,00	\$2,00	\$ 5,00
El Vergel	\$5,00	\$5,00	\$20,00

- **Precio que pagarían según la encuesta.-** El 66,36% de los encuestados está dispuesto a pagar un valor por noche y por persona menor de \$25.
- **Épocas de mayor afluencia turística.-** El turismo interno, concentra la mayoría de sus movilizaciones hacia Tababela en los meses de septiembre y noviembre (fiestas de Tababela y El Quinche), febrero (carnaval), marzo o abril (Semana Santa) y diciembre, según información del Consejo Provincial de Pichincha; es decir la mayoría de sus visitas serían en feriado, comportamiento

que coincide con lo reflejado por los resultados de la encuesta, donde el 51,40% manifestó realizar viajes con fines turísticos en feriados.

La época del año en la que el turismo receptor, se presenta con mayor afluencia en Quito es: Julio y Agosto, debido a que estos meses corresponden a la estación de verano en Europa según versiones de los mismos turistas.

Por lo descrito, se puede asimilar que el comportamiento de la demanda es cíclico, aspecto que influye al fijar el precio; por tal virtud se ha decidido la fijación de dos tarifas, diferenciando así las temporadas de mayor y menor afluencia turística.

- **Precio que permita alcanzar réditos.-** Un precio que permita un ingreso capaz de solventar costos y gastos, así como cubrir las inversiones realizadas. Por lo expuesto, se ha considerado manejar los siguientes precios: alojamiento \$24,19 por noche y por persona. El precio del desayuno será \$2,22; del almuerzo y la merienda \$2,80; en cuanto al precio de los platos a la carta será de \$4,23. A estos precios ya se ha incluido el Impuesto al Valor Agregado (IVA).
- **Distribución.-** Se refiere, al lugar donde las personas contratarían los servicios que oferta la hostería. En este caso abarcaría:
 - El lugar geográfico donde se localiza la hostería.
 - Agencias de viajes con las que se llegue a convenios (Turismo receptor), previo el cumplimiento de los requisitos determinados por las agencias.

3.8. Promoción

3.8.1. Estrategias de Marketing Mix

Se refiere al detalle del como ha de efectuarse la mezcla óptima de los componentes del producto, distribución, precio y comunicación con la finalidad de alcanzar rentabilidad en un mercado determinado.

Producto.- “Si se define ampliamente, los productos son objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones, ideas o mezclas de estas unidades.”¹³

Los componentes y atributos del servicio propuesto en el presente estudio se circunscriben a lo siguiente:

Una infraestructura de alojamiento clasificada como hostería de primera categoría implantada en una superficie plana de 6.500 m², que pone a disposición de sus clientes, los servicios de: alojamiento, restaurante, cafetería, internet, área infantil; canchas deportivas, áreas verdes. Se debe destacar que se cuenta con una infraestructura moderna, que cuenta con materiales de construcción son: ladrillo, madera, hierro, cubiertas de teja y eternit.

Así también, se ha previsto la construcción de nuevos ambientes a ser destinados exclusivamente al alojamiento de los turistas. El detalle de la superficie asignada a cada uno de los ambientes necesarios para la prestación de los servicios mencionados en el párrafo anterior se detalla en el estudio técnico en el punto cuantificación de las obras civiles e infraestructura necesaria.

La intangibilidad que caracteriza a los servicios, provoca una construcción limitada de la idea mental que puede alcanzar a formarse el usuario ante sus beneficios; por lo que es necesario desarrollar esfuerzos por lograr que el servicio se lo perciba de forma más tangible.

En lo concerniente al presente estudio, las estrategias para lograr esa percepción tangible tan deseada respecto del servicio por parte del consumidor son:

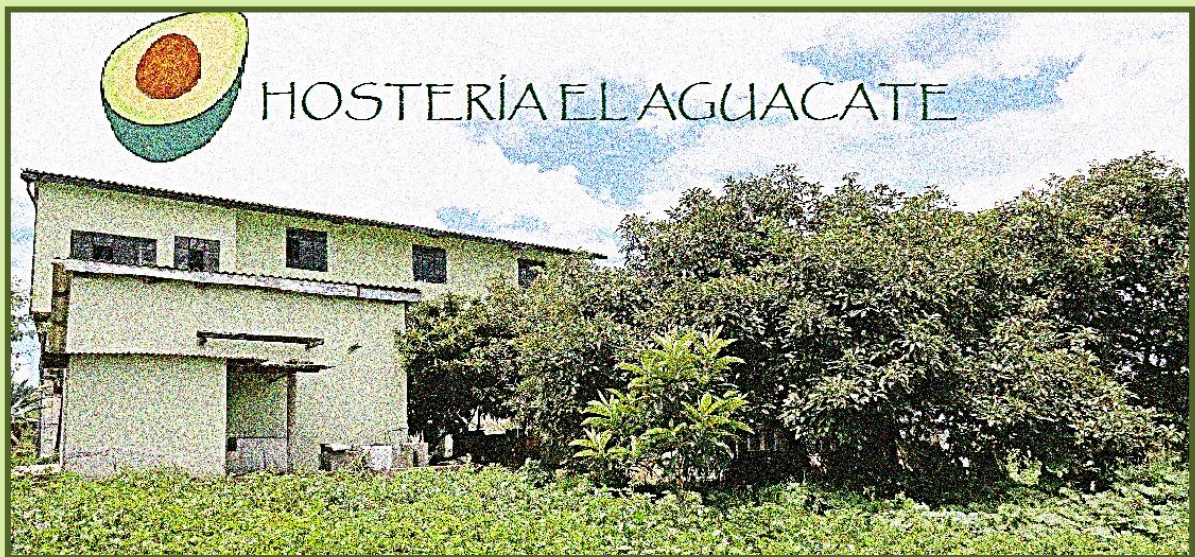
- Cuidar el mantenimiento de las instalaciones, tanto de los ambientes internos como externos.
- Mantener la limpieza en cada una de las áreas del establecimiento, atributo del servicio valorado por el turista según las encuestas aplicadas al turista interno y receptor.
- Demostrar en los pequeños grandes detalles de cuidado y aseo, la calidad del servicio.

¹³KOTLER, Philip y AMSTRONG Gary.(1998): Fundamentos de Mercadotecnia; 4ta edición. Prentice Hall. México, 585 páginas.,p (239).

- Procurar que el equipamiento, permita al turista alcanzar la comodidad deseada, ya que son atributos considerados como importantes por parte de una considerable proporción de encuestados tanto del turismo interno como del receptor. (Ver Interpretación de los resultados de la encuesta).
- Distribución lógica y adecuada de las áreas verdes y recreación de forma que proyecten una imagen atractiva.
- Capacitar a los empleados bajo una filosofía de servicio al cliente, procurando alcanzar calidad en el servicio.

A continuación se presenta la marca con la que se busca alcanzar un posicionamiento, en la mente del turismo interno y receptor.

Gráfico No.26
Diseño de Logotipo



Comunicación.- En esta parte se describirá los aspectos concernientes a la publicidad y a la promoción, por lo que es necesario emitir el concepto de cada una de ellas previamente.

“Publicidad.-Consiste en cualquier forma pagada de presentación impersonal y promoción de ideas, bienes o servicios llevada a cabo por un patrocinador reconocido.

Promoción.- son incentivos a corto plazo para fomentar la compra o venta de un producto o servicio. ”¹⁴

En función de los conceptos citados, se ha determinado que la publicidad de la hostería se la realizará de la siguiente forma:

- *Trípticos promocionales*, donde se expongan las imágenes de las instalaciones de la hostería. Pueden ser ubicados en los hoteles de la capital, estaciones de transporte, agencias de viaje, etc., para visualización y uso del turista interno y receptor.

- *Internet*, a través de una página que exponga los servicios de la hostería, la cual estará conectada a otras páginas por medio de links, a fin de que el turista pueda conocer los servicios que presta; esta iniciativa será una de las principales formas con las que se llegue con el mensaje al turista interno y receptor

- Desarrollar una *base de datos* con profesionales, principalmente de ingenieros y abogados, ya que según los datos de la encuesta son las profesiones que mayor proporción de encuestados concentró (20,49%); de tal forma que se les pueda enviar por vía de correo electrónico información sobre la hostería y sus promociones.

- *Vallas publicitarias*, que den a conocer sobre la hostería a quienes viajan por la carretera, es decir el mensaje puede llegar tanto el turismo interno como receptor.

- *Revistas, libros y publicaciones* de información turística donde se exponga sobre los principales atractivos y servicios existentes en el país y sus provincias, de modo que el turista receptor, que utilice los medios de información mencionados pueda conocer sobre la hostería.

¹⁴ KOTLER, Philip / BOWEN, J y MAKENS. (1997): Mercadotecnia para Hotelería y Turismo. 1ª edición. Editorial Prentice Hall. México, 705 páginas., p (489).

- Asistir como expositor a las *ferias de turismo* a nivel nacional, a las cuales concurren agencias, y personas residentes de la localidad donde se realice tal evento, por lo que el mensaje que deje la hostería, llegará al turista receptor a través de la agencia de viajes y al turista interno que acuda.
- Alcanzar un convenio con los medios de transporte de la localidad como taxis, camionetas y buses interparroquiales, de modo que a través de ellos se puedan difundir la hostería al turista interno y receptor.
- Invitaciones a las directivas de las diferentes asociaciones, gremios y similares, de modo de motivarlos a que escojan este servicio (hostería) o lo sugieran a sus subordinados como una opción para sus paseos, logrando de ésta la llegar con el mensaje al turista interno.
- Invitación a miembros de acción ecológica, en virtud de que esta organización posee vínculos con personas nacionales y extranjeras preocupados por la conservación de los recursos naturales.

Las acciones concernientes a la promoción serán las siguientes:

- Establecer descuentos a los grupos grandes de visitantes, así como a las personas que estén festejando su cumpleaños, aniversario, etc.

3.9. Conclusiones del Estudio de Mercado

Luego de haber realizado esta investigación, hemos realizado las siguientes conclusiones:

- Existe una gran concurrencia de visitantes a nuestro país, quienes, en un gran número, visitan el cantón Quito para conocer más sobre su historia, gastronomía y cultura; en esta travesía los visitantes disfrutan viajando a las diversas áreas naturales que posee este cantón, entre ellas se encuentra la parroquia Tababela.

- La parroquia Tababela ha venido desarrollándose productivamente en los últimos años, por lo que ha llamado la atención de nuevos visitantes, tanto internos como extranjeros.
- La ejecución de las encuestas, dieron como resultado que turísticamente, la parroquia Tababela tiene buena acogida por parte los turistas, esto es por contar con un ambiente natural que propicia descanso sano esparcimiento.
- Otra conclusión importante que arrojó las encuestas, es que los turistas prefieren en un 33,21% el uso de las hosterías, tanto para recreación, alimentación y hospedaje. En la investigación se pudo comprobar que en la parroquia Tababela solo existen dos hosterías y un hotel-hostería que no son suficientes para la demanda futura.
- Según información de los medios de comunicación, se tiene prevista la apertura del nuevo aeropuerto internacional de Quito en el mes de octubre de éste año; razón por lo cual se prevé el incremento de la demanda en la parroquia de Tababela, dado por la lejanía en que estará ubicado el aeropuerto, hace que los turistas, que están próximos a viajar, así como los que lleguen, prefieran alojarse en lugares cercanos.
- Por todo lo expuesto, podemos concluir que es factible la implantación de la Hostería El Aguacate, ya que va a satisfacer la demanda de turistas y además generará ingresos para el desarrollo de los habitantes y de la parroquia como tal.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño (capacidad de servicio), en función de la Demanda

Capacidad máxima.- Refleja la capacidad máxima de producción o prestación de un servicio que una entidad posee. La capacidad generalmente se mide en función del número de unidades de producción elaboradas o servicios prestados en un espacio de tiempo determinado. En este caso la capacidad máxima estará determinada por el número de pernoctaciones que pueda ofrecer el establecimiento (hostería-proyecto), durante el año calendario.

4.1.1. Demanda real-objetivo

La capacidad máxima que se ha establecido para la hostería-proyecto, está acorde con las estimaciones de la demanda presentadas en el capítulo referente al estudio de mercado; del cual se conoce la existencia de una demanda real - objetivo de 111.896 pernoctaciones al año. Su comportamiento es de tipo cíclico, por lo que se analizó su flujo mensual, para asimilar su concentración en determinada época del año.

Esta demanda real-objetivo (111.896 pernoctaciones) se encuentra insatisfecha, por lo que el alcance del proyecto planteado busca satisfacerla en una proporción del 6,20%, lo que en cierta forma garantizaría la subsistencia económica del mismo.

Según las estimaciones financieras desarrolladas y en virtud de lo expuesto, se ha determinado que la capacidad máxima de prestación del servicio contará con 8 habitaciones: 2 matrimoniales, 3 dobles y 3 triples, que permitirán la atención de 6.935 pernoctaciones al año, lo que equivale a 577.92 mensuales o 19 diarias.

En lo relacionado a la capacidad de atención del restaurante se ha definido un número de 18 mesas, en las cuales se podrá atender a 76 personas (plazas).

4.2. Localización

La Hostería El Aguacate estará ubicada en la provincia de Pichincha, cantón Quito, parroquia Tababela, en las calles Justo Coello No. 7 y La Condamine.

La localización de la propuesta hostería, tiene ventajas sobre las demás ya que su acceso es el más próximo a la carretera de ingreso que conecta al nuevo aeropuerto internacional de Quito, además es de más fácil acceso para los visitantes (calles adoquinadas y asfaltadas), mientras que el ingreso

a las hosterías de la competencia todavía no se han desarrollado adecuadamente, es decir, su ingreso es por calles de tierra sin asfaltar o adoquinar.

4.3. Ingeniería

4.3.1. Definición de la tecnología necesaria para la prestación del servicio

La Hostería El Aguacate, contará con tecnología necesaria para el éxito del servicio que prestará a los visitantes, esto es en las habitaciones, recepción, piscina, hidromasaje, restaurante, canchas, etc. Ésta tecnología se refiere a: internet inalámbrico, servicio de guardianía y seguridad, equipos modernos para hidromasaje, tecnología necesaria para abastecer a las piscinas de aguas templadas para la época estival, control biométrico de puntualidad para los empleados.

4.3.2. Flujo grama de los procesos de producción (servicios)

Gráfico No. 27

Procesos de servicios en el restaurante

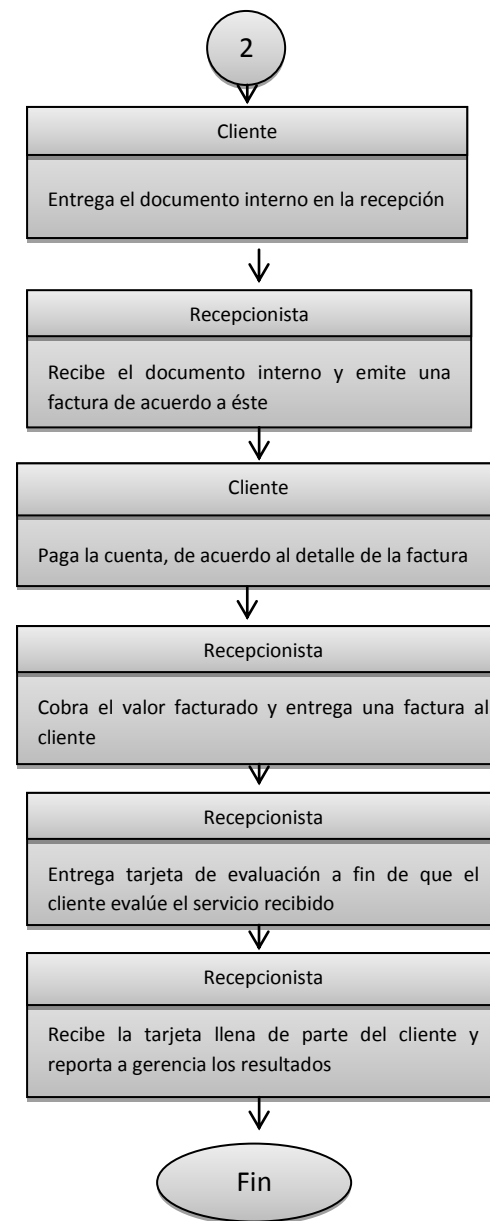
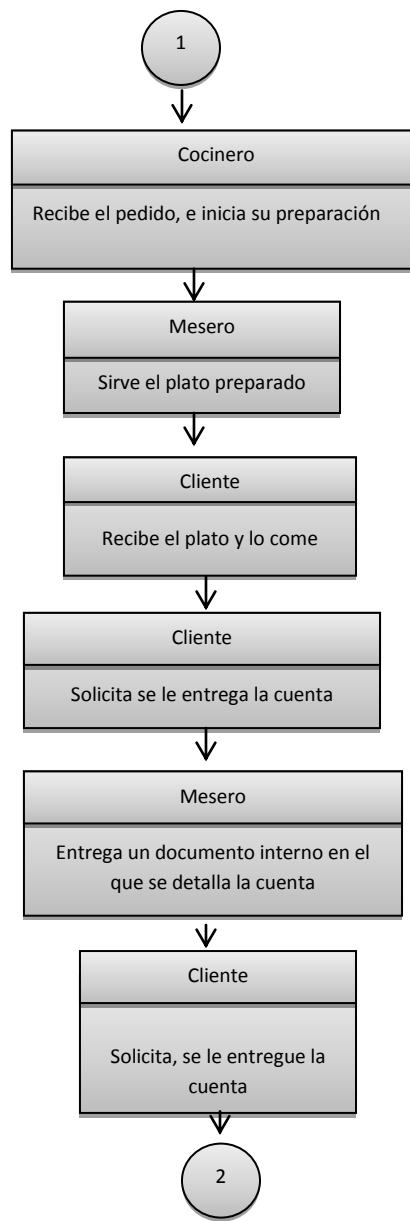
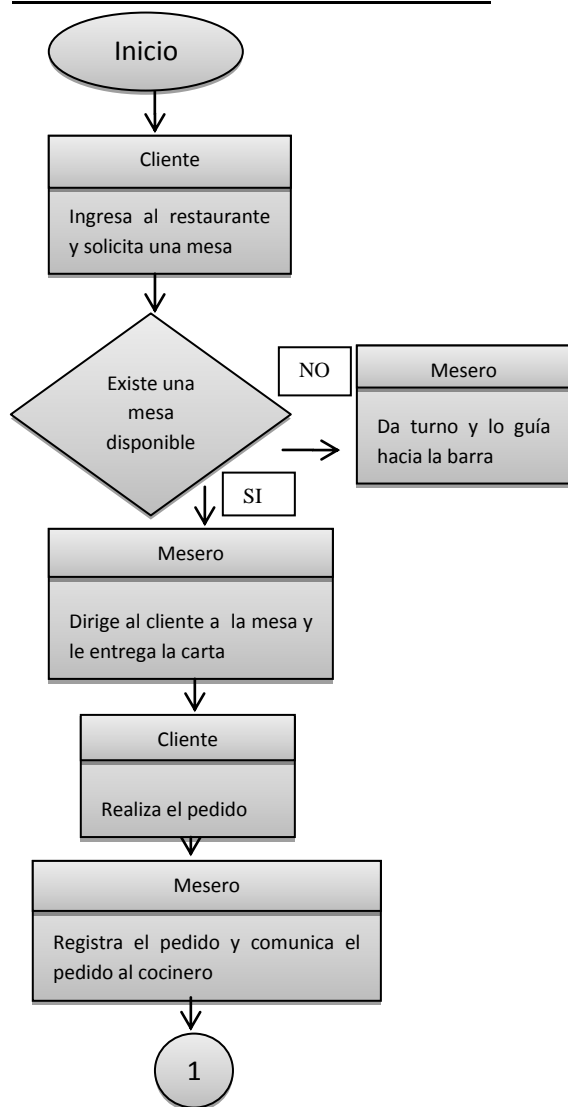


Gráfico No. 28

Proceso de recepción

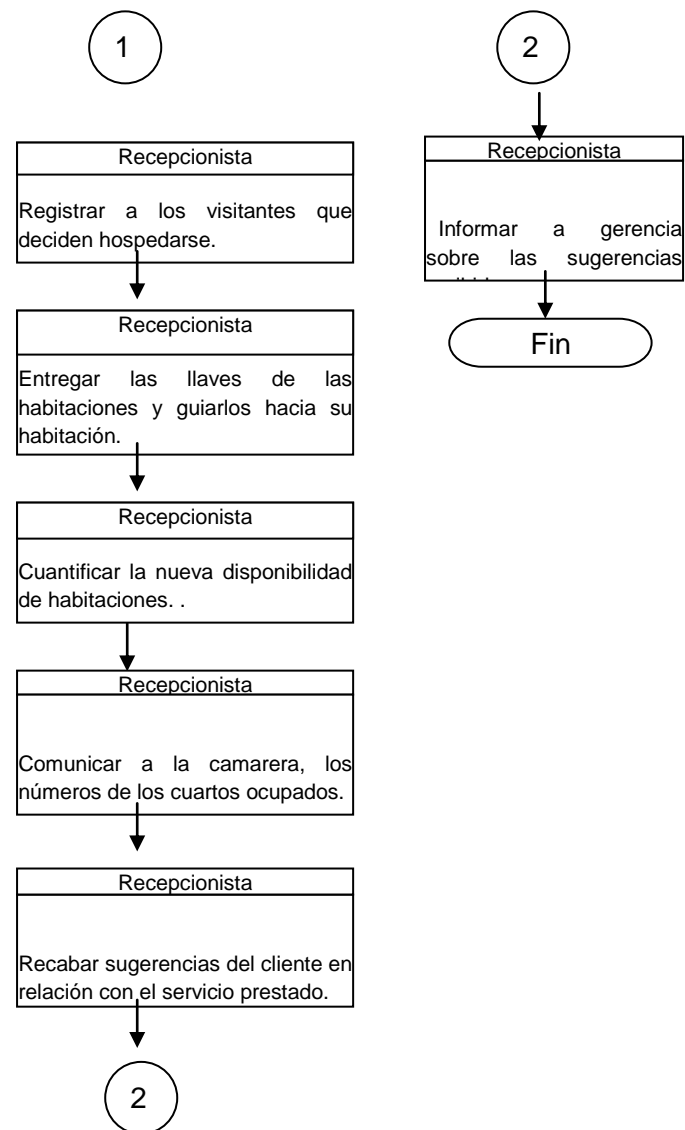
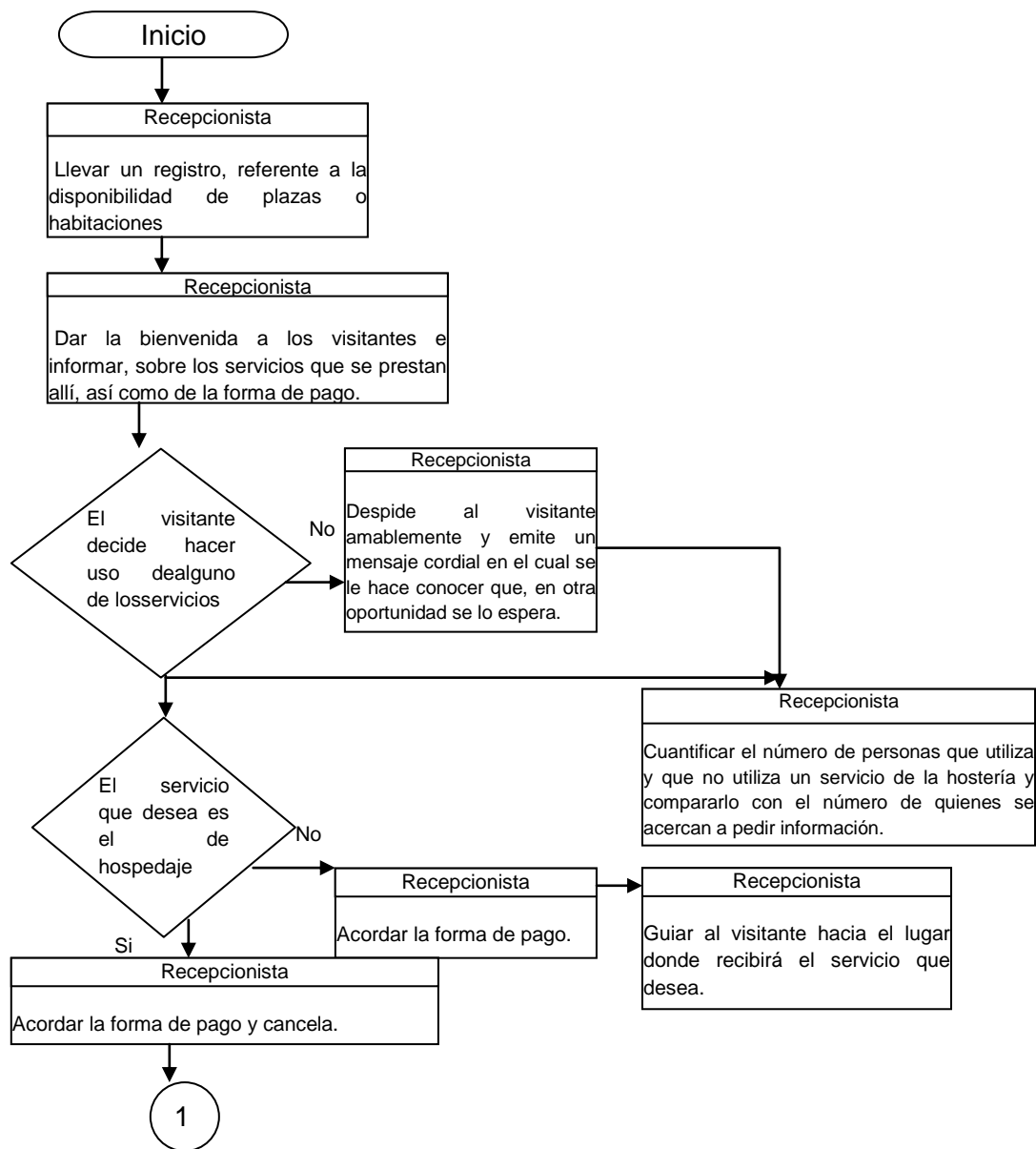
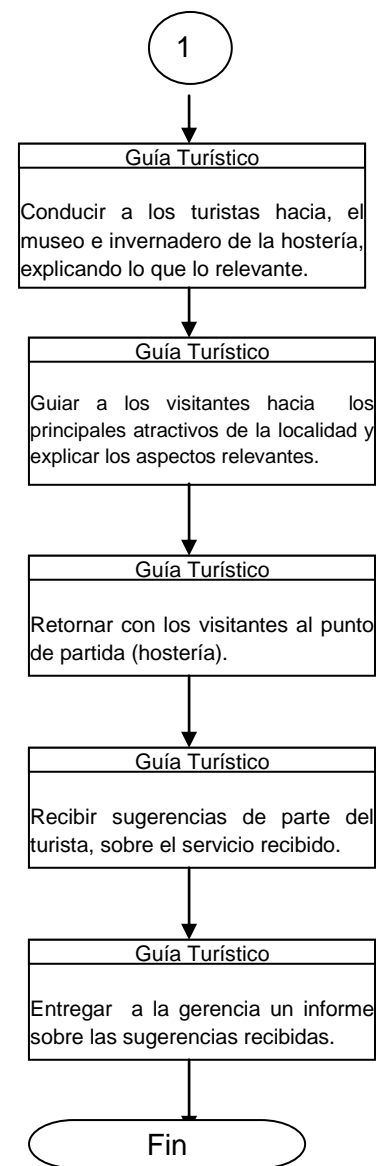
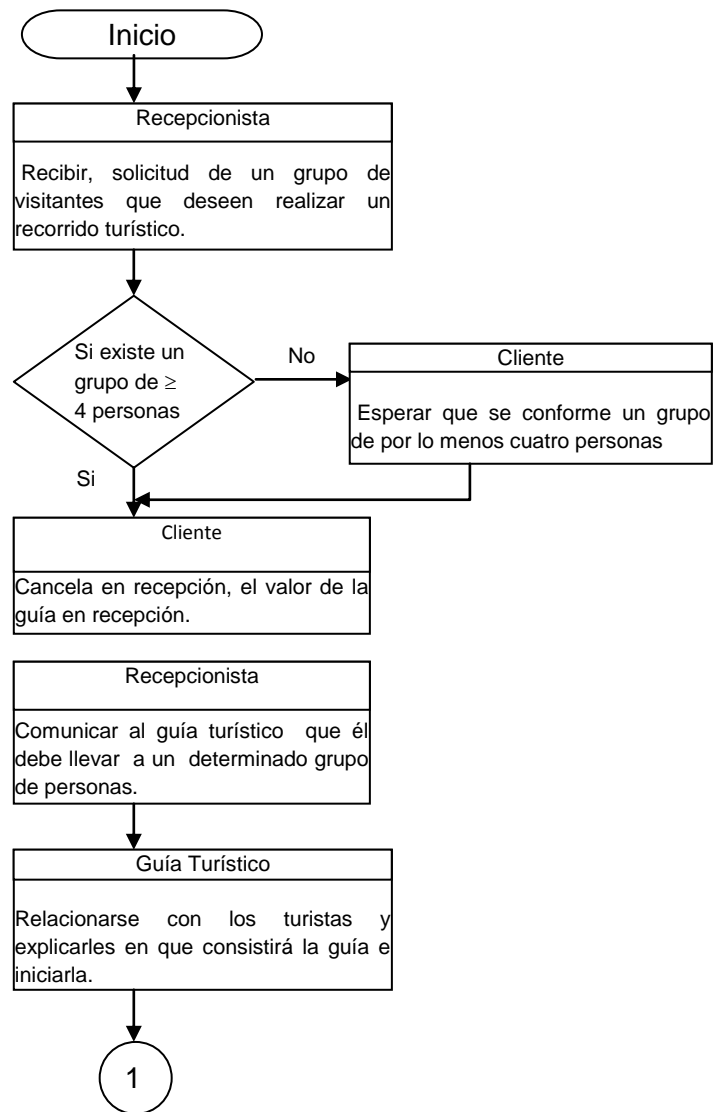


Gráfico No. 29

Proceso de Guía Turística



Calidad en el servicio prestado.- A fin de alcanzar niveles de calidad que lleguen a ser reconocidos por el cliente, se ha previsto cumplir con estándares fijados por la ley de turismo. Así también, durante la ejecución del servicio se ha planteado la opción de que el cliente emita sugerencias a forma de evaluación del servicio recibido, con el propósito de realizar correctivos necesarios logrando que el servicio se desarrolle acorde a la percepción que de calidad tenga la mayoría de los usuarios. La calidad con la que se realice el servicio deberá buscar la satisfacción de las expectativas del cliente y considerando que un servicio depende en gran medida del contacto humano entre los clientes y los empleados, se debe procurar que éstos últimos estén en una permanente capacitación, para lograr un desempeño óptimo, haciendo sentir al turista amabilidad (aspecto muy importante para el turista según las encuestas) y confianza en el trato.

4.3.3. Infraestructura de la Hostería

4.3.3.1. Establecimiento de la localización geográfica de la hostería

El lugar geográfico, que se ha determinado para la implantación de la hostería es entre las calles Justo Coello No.7 y La Condamine, de la parroquia Tababela perteneciente al cantón Quito de la provincia de Pichincha. Su ubicación es estratégica, ya que en esta parroquia funcionará el nuevo Aeropuerto Internacional de Quito, además que alrededor del mencionado lugar se encuentran algunos atractivos turísticos visitados tanto por el turismo interno como por el receptor, por lo que al movilizarse hacia estos atractivos pasan por el lugar en el que se ha determinado la ubicación. A continuación se detallan los atractivos a los que se hace mención, así como también la distancia a la cual se encuentran de la ubicación establecida para la hostería-proyecto.

Cuadro No. 78

Distancia de la hostería respecto de los principales atractivos

Principales Atractivos	*Distancia de la Hostería
Nuevo Aeropuerto Internacional de Quito	2 Km.
El Quinche	17 Km.
Termas Papallacta	75 Km

*: Valores aproximados

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autoras

Gráfico No. 30

Mapa de la provincia de Pichincha y de ubicación de la hostería



Fuente: Municipio de Quito

Elaborado por: Autoras

La ubicación de la hostería planteada en el presente estudio de pre-factibilidad, satisface los requerimientos de los principales lineamientos relacionados con la macro y micro localización. A continuación se detalla sobre las condiciones que posee el lugar escogido:

- La parroquia Tababela, de la provincia de Pichincha, es el lugar donde se ha previsto instalar la referida hostería, se encuentra a una altura aproximada de 2.519 m.s.n.m., por lo que su clima es cálido templado. Pichincha se encuentra limitada de la siguiente forma: Norte: Imbabura y Sucumbíos; Sur: Cotopaxi; Este: Napo; Oeste: Esmeraldas. La provincia de Pichincha cuenta con un clima que varía entre 15° y 23° centígrados.
- Entorno ambiental dominado por el campo, por lo que la contaminación no se presenta todavía al nivel de las grandes ciudades, lo que le permite mantener sus atractivos naturales.
- Disponibilidad de una infraestructura moderna existente, con posibilidad de adaptarla para fines turísticos.
- La ejecución del proyecto contribuiría al desarrollo socio-económico de la comunidad.
- Disponibilidad de:
 - Energía eléctrica

- Fuente de agua, provista por la red municipal.
- Drenaje de aguas a través de la red municipal
- Infraestructura vial adecuada, que permite la accesibilidad del turista
 - Disponibilidad de transporte público interparroquial y cantonal que permite el acceso a la hostería de los visitantes que se movilen sin automóvil propio.
 - Dista 0,7 Km. de la Panamericana Norte
 - El estado de la vía principal es bueno y pavimentado. Las calles, posterior y lateral al terreno donde se ha previsto instalar la hostería son adoquinadas.
 - Servicio Telefónico: Existe disponibilidad de líneas telefónicas, las cuales son asignadas por CNT previo el cumplimiento de los requisitos establecidos.

4.3.3.2. Distribución arquitectónica de las instalaciones (plano)

El área de terreno disponible para la implantación de la infraestructura necesaria a fin de prestar los servicios previstos para la presente hostería será de 6.500 m².

La distribución de las instalaciones de la hostería, se dará en función de los lineamientos estéticos y arquitectónicos idóneos, de modo que la infraestructura cumpla con la funcionalidad deseada y sin romper la armonía del ambiente natural.

En los planos se puede apreciar las áreas de diversión, esparcimiento y áreas verdes. En lo relacionado con las construcciones se podrá asimilar la distribución de los espacios, tanto de la construcción moderna ya existente así como de la nueva.

Características de las construcciones:

- La infraestructura moderna existente, se caracteriza por su volumen, su diseño influenciado por la arquitectura clásica-moderna y por haber sido construida con materiales de buena calidad como son:ladrillo, teja, y eternit (traga luz).
- Las construcciones nuevas, se las realizará bajo un diseño que no rompa la armonía estética del campo ni perjudiquen el ambiente, es decir no se levantarán torres de cemento; los materiales a ser usados, serán: piedra, ladrillo, madera, teja, cemento, hierro, procurando implantar una infraestructura que se asemeje a las construcciones aledañas.

Gráfico No. 31

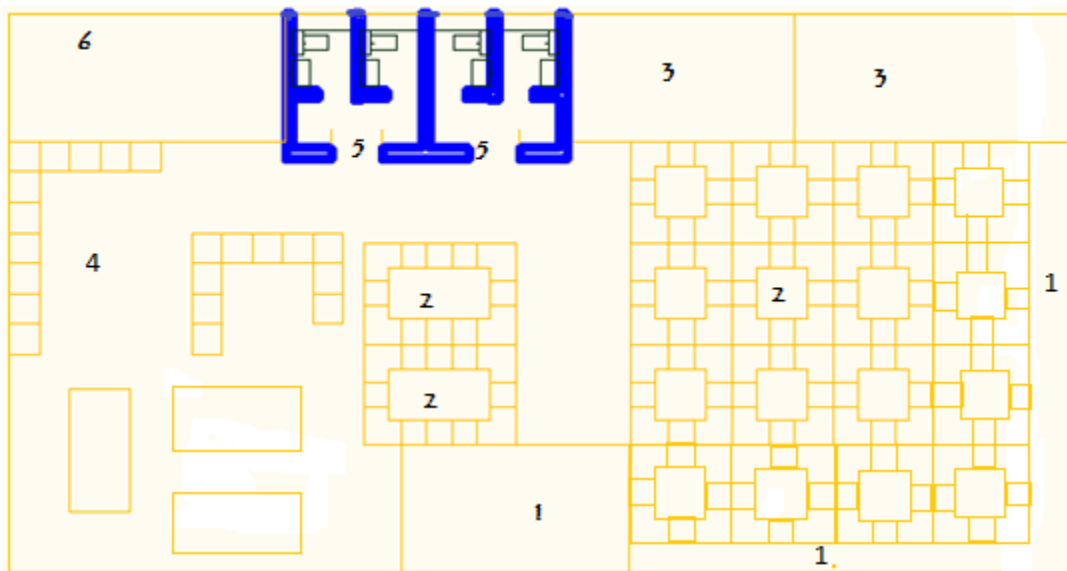
Plano grande y general de la totalidad de construcciones y áreas verdes.



Gráfico No. 32

Plano detallado de la construcción moderna existente

PRIMERA PLANTA



PRIMERA PLANTA RESTAURANTE, COCINA SALON DE JUEGOS .

1. Entrada
2. Restaurante
3. Cocina
4. Salón de juegos
5. Baños
6. Bodega
7. Hall y circulación

SEGUNDA PLANTA



1. Salas de Espera
2. Recepción
3. Oficina
4. Cafetería-internet
5. Gimnasio
6. Habitaciones matrimoniales
7. Baños
8. Hall y circulación

TERCERA PLANTA



1. Balcón (sala de espera exterior)
2. Sala de espera
3. Habitaciones dobles y triples
4. Sala de lectura
5. Baños
6. Hall y circulación

4.3.3.3. Cuantificación de las construcciones civiles, infraestructura y mobiliario necesario

Cuadro No. 79

Construcciones Civiles

Concepto	Área m2	Valor m2	Valores
Terreno	6.500	100,00	650.000
Construcciones			
Construcción moderna existente	675	500,00	337.500,00
Recepción	15,05	500,00	7.525,00
Restaurante	95,40	500,00	47.700,00
Cocina	22,50	500,00	11.250,00
Sala de espera	65,18	500,00	32.590,00
Hall y circulación	80,90	500,00	40.450,00
Baños	32,08	500,00	16.040,00
Sala de lectura	14,40	500,00	7.200,00
8 habitaciones	155,54	500,00	77.770,00
Gradas	8,90	500,00	4.450,00
Gimnasio	35,50	500,00	17.750,00
Oficina	18,05	500,00	9.025,00
Salón de juegos	63,37	500,00	31.685,00
Café – internet	28,68	500,00	14.340,00
Bodega	25,25	500,00	12.625,00
Balcón	14,20	500,00	7.100,00

Construcción Nueva	488.000,00		
1 Piscina cubierta	748,00	600,00	448.800,00
1 Piscina externa	98,00	400,00	39.200,00
Áreas Exteriores			
Adecuaciones generales del terreno	4.979,00	0,50	2.489,50
Adecuación específica del terreno	56.646,14		
Jardines	1.230,00	5,00	6.150,00
Caminos	820,00	5,00	4.100,00
Estacionamiento	528,00	5,00	2.640,00
Áreas de recreación deportiva			
Cancha de Básquet	288,00	100,00	28.800,00
1 Cancha Indoorfútbol	364,00	10,00	3.640,00
Área Infantil	286,00	13,99	4001,14
Áreas Verdes			
Árboles Frutales	640,00	5,00	3.200,00
Varias áreas de vegetación frutal y ornamental	823,00	5,00	4.115,00
Total de las adecuaciones específicas	4.979,00		59.135,64
VALOR TOTAL DE CONSTRUCCIONES Y TERRENOS			1'534.635,64

Elaborado por: Autoras

Mobiliario necesario para el funcionamiento de la hostería.

Cuadro No. 80

Mobiliario de Recepción y Oficina

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	V. Total
Mostrador	1	275,00	275,00
Teléfono	1	80,00	80,00
Fax	1	250,00	250,00
Sala pequeña	1	100,00	100,00
Computador	2	700,00	1.400,00
Escritorio	1	190,00	190,00
Silla	3	23,00	69,00
Total			2.364,00

Elaborado por: Autoras

Cuadro No. 81

Suministros de oficina

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	V. Total
Resma de papel	10	3,38	33,80
Esferos (caja)	1	10,00	10,00
Lápices (caja)	1	5,30	5,30
Marcadores	5	0,80	4,00
Borradores	5	0,18	0,90
Cuaderno	3	1,20	3,60
Cuaderno contable	3	2,15	6,45
Grapadora	1	14,00	14,00
Perforadora	1	10,00	10,00
Tijeras	2	3,00	6,00
Clips y grapas (cajas)	5	0,85	4,25
Cintas adhesivas	3	23,00	69,00
Carpetas	20	1,00	20,00
Total			187,30

Elaborado por: Autoras

Cuadro No. 82

Mobiliario para 2 habitaciones matrimoniales

Lista de implementos	Cantidad	Valor Unitario.	Valor Total
Cama de 1 plaza	6	100,00	600,00
Colchón de 1 plaza	12	100,00	1.200,00
Lámparas de mesa	9	30,00	270,00
Armario	3	60,00	180,00
Televisor	3	350,00	1.050,00
Total			3.300,00

Elaborado por: Autoras

Cuadro No. 83

Mobiliario para 3 habitaciones con dos camas individuales

Lista de implementos	Cantidad	Valor Unitario.	Valor Total
Cama de 1 1/2 plaza	6	100,00	600,00
Colchón de 1 1/2 plaza	6	91,20	547,20
Lámparas de mesa	9	30,00	270,00
Armario	3	120,00	360,00
Televisor	3	220,00	660,00
Total			2.437,20

Elaborado por: Autoras

En lo referente a las camas, su precio corresponde a lo establecido por Estilo Viejo (Lo rústico, lo tradicional) Cruz & López Arquitectos; colchones reflejan el precio dado por Muebles IIN Muebles para hogar y oficina.

Cuadro No. 84

Mobiliario para 3 habitaciones con tres camas individuales

Lista de implementos	Cantidad	Valor Unitario.	Valor Total
Cama de 1 1/2 plaza	9	100,00	900,00
Colchón de 1 1/2 plaza	9	91,20	820,80
Lámparas de mesa	9	30,00	270,00
Armario	3	120,00	360,00
Televisor	3	220,00	660,00
Total			3.010,80

Elaborado por: Autoras

Cuadro No. 85

Equipo de Dormitorio

Lista de implementos	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Juego de sábana de 2 plazas	4	16,00	64,00
Juego de sábana de 1 1/2 plaza	30	13,00	390,00
Cobijas de 2 plazas	4	14,40	57,60
Cobijas de 1 1/2 plaza	30	14,40	432,00
Cubrecamas de 2 plazas	4	36,00	144,00
Cubrecamas de 1 1/2 plaza	30	31,00	930,00
Almohadas	22	4,20	92,40
Toallas	22	2,40	52,80
Forros de inodoro	8	10,00	80,00
Cortina de baño	8	15,00	120,00
Tachos de basura	8	6,50	52,00

Total			2.414,80
--------------	--	--	-----------------

Elaborado por: Autoras

Se ha considerado sábanas de bramante de algodón, cobijas cinco tigres, cubrecamas de plumón y almohadas de plumón, cuyos precios corresponden a lo establecido por confecciones SunFlower.

Cuadro No. 86

Equipo de Piscina

Concepto	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Equipo de recirculación con bomba de 5 caballos	1	15.000,00	15.000,00
Equipo de calentamiento a diesel	1	5.000,00	5.000,00
Cepillos de acero y Nylon	5	3,00	15,00
Filtros purificadores de agua	2	33,00	66,00
Válvulas Multiport (para filtros)	4	25,00	100,00
Kit para mediciones de Ph	1	130,00	130,00
Mangueras para piscina (diferentes pulgadas)	4	30,00	120,00
Espumaderas	2	24,00	48,00
Total			20.479,00

Elaborado por: Autoras

Los valores expuestos, están acorde a lo manifestado por la empresa Acqua.

Cuadro No. 87

Equipo de Limpieza

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	V. Total
Enceradora Semindustrial	1	896,00	896,00
Aspiradora Semindustrial	1	896,00	896,00

Lavadora	1	500,00	500,00
Secadora	1	500,00	500,00
Total			2792,00

Elaborado por: Autoras

Cuadro No.88

Mobiliario para el Restaurante

Lista de implementos	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Mesas para 4 personas	16	100,00	1.600,00
Mesas para 6 personas	2	75,00	150,00
Sillas	76	25,00	1.900,00
Televisión de 32"	1	530,00	530,00
Cuadros	9	10,00	90,00
Total			4.270,00

Elaborado por: Autoras

Los elementos que se detallan en las tablas correspondientes a Equipo de restaurante y equipo de cocina son los necesarios, según el Chef. Jorge Sea Coordinador de la Escuela de Gastronomía de la Universidad de Especialidades Turísticas (UCT).

Cuadro No.89

Equipo de restaurante

Concepto	V. Total
Vajilla	1500,00
Cubiertos	500,00
Menaje de servicio	260,00
Cristalería	900,00
Total	3160,00

Elaborado por: Autoras.

En cuanto a los implementos de restaurante, se ha considerado lo necesario para atender 60 plazas, más un 30%, porcentaje manejado por la industria, según el Chef Jorge Sea.

Cuadro No. 90

Mobiliario y Equipo para Cafetería - Internet

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	V. Total
Computadoras	2	700,00	1400,00
Escritorio y silla	2	60,00	120,00
Instalación de Internet	1	135,00	135,00
Refrigeradora	1	199,00	199,00
Cafetera	1	58,00	58,00
Cocina de 1 quemador	1	25,00	25,00
Vajilla	12	2,16	26,00
Tostadora	1	28,00	28,00
Juegos de mesas y sillas pequeñas	3	80,00	240,00
Total			2231,00

Elaborado por: Autoras.

Cuadro No. 91

Equipo para Gimnasio

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	V. Total
Caminadora	1	650,00	650,00
Bicicleta	1	370,00	370,00
Máquina de pesas (gymmultifuerza)	1	500,00	500,00
Máquina Orbitrek de trotar	1	250,00	250,00

Pesas	8	3,00	24,00
Pelotas	2	15,00	30,00
Total			1.824,00

Elaborado por: Autoras

Cuadro No. 92

Equipo para Salón de juegos

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	V. Total
Mesa de PingPong	1	129,00	129,00
Mesa de Billar	2	800,00	1.600,00
Sillones y mesas	2	550,00	1.100,00
Total			2.829,00

Elaborado por: Autoras.

Cuadro No. 93

Muebles para salas de espera y de lectura

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	V. Total
Juegos de Sillones	6	550,00	3300,00
Mesa central	6	58,00	348,00
Total			3648,00

Elaborado por: Autoras.

Cuadro No.94

Equipo de Cocina

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	V. Total
Cocina Industrial con cuatro quemadores	1	500,00	500,00
Horno de 3 latas Industrial	1	1000,00	1000,00
Plancha	1	600,00	600,00

Ollas	20	15,00	300,00
Sartenes	12	10,00	120,00
Licuada semi industrial	1	150,00	150,00
Batidora semi industrial	1	100,00	100,00
Campana de extracción	1	300,00	300,00
Motor para la campana	1	180,00	180,00
Metro de ducto	5	30,00	150,00
Congelador Industrial	1	1500,00	1500,00
Tanque de gas	3	100,00	300,00
Menaje de Cocina			150,00
Total			5200,00

Elaborado por: Autoras

Cuadro N° 95

Herramientas de Mantenimiento y Limpieza

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	V. Total
Palas de jardín	2	10,00	20,00
Pala	2	25,00	50,00
Rastrillo	2	18,50	37,00
Pico	2	21,00	42,00
Tachos de basura	5	14,00	70,00
Total			219,00

Elaborado por: Autoras

4.3.4. Cuantificación del talento humano necesario

Cuadro No. 96

Talento humano necesario

Cargo	N° Personas	V. Mensual	V. Total Anual
Gerente General	1	420,00	5.040,00
Recepcionista	1	292,00	3.504,00
Camarera	1	292,00	3.504,00
Cocinero	1	320,00	3.840,00
Mesero	1	292,00	3.504,00
Empleado	1	292,00	3.504,00
Guardia	1	292,00	3.504,00
Jardinero	1	292,00	3.504,00
Total	7	2.492,00	29.904,00

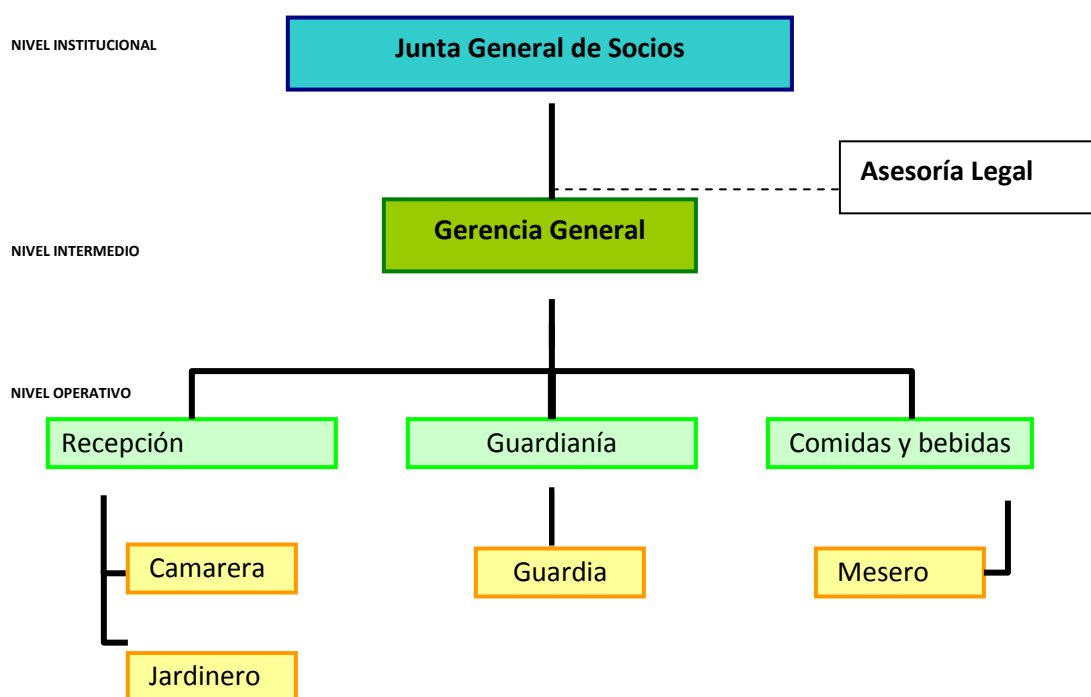
Elaborado por: Autoras

4.3.5. Organigrama estructural y funcional de la hostería

4.3.5.1. Organigrama estructural.- Refleja el orden jerárquico existente en una organización, del cual se desprende la lógica relación de autoridad y dependencia entre las distintas unidades.

Gráfico No. 33

Organigrama Estructural de la Hostería El Aguacate

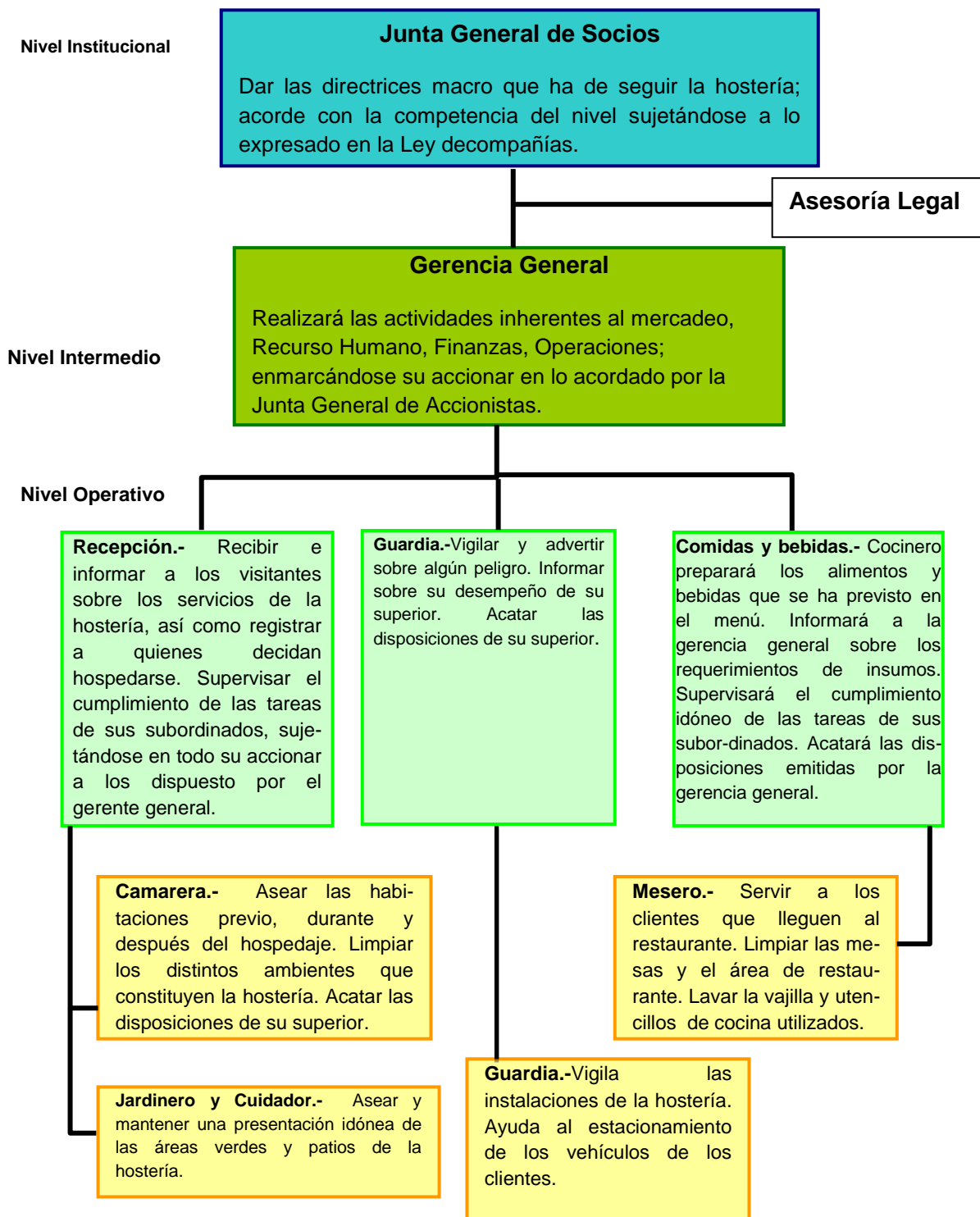


Elaborado por: Autoras

4.3.5.2. Organigrama funcional.- Representación gráfica de la jerarquía organizacional, junto con las funciones correspondientes a cada una de las unidades existentes.

Gráfico No. 34

Organigrama Funcional de la Hostería El Aguacate



Elaborado por: Autoras

4.3.6. Cuantificación de los requerimientos de insumos y materia prima (restaurante)

En lo referente a las necesidades de alimentos que pueda tener el restaurante a fin de satisfacer la demanda; se lo expresará en su equivalente en dólares acorde con la siguiente tabla.

Cuadro No.97

Cuantificación de lo necesario para alimentos

Alimentos	Cantidad	Costo. Unitario	Costo. Total Diario	Costo. Total Mensual	V. Total Anual
Desayunos	76	1,10	83,60	2.508,00	30.096,00
Almuerzos	76	1,25	95,00	2.850,00	34.200,00
Meriendas	76	1,25	95,00	2.850,00	34.200,00
Platos a la carta	76	2,10	159,60	4.788,00	57.456,00
Total			433,20	12.996,00	155.952,00

Elaborado por: Autoras.

Los costos para cada uno de los platos detallados en la tabla anterior, han sido obtenidos según el criterio del Chef. Jorge Sea coordinador de la Escuela de Gastronomía de la Universidad de Especialidades Turísticas (U.C.T.). Los costos en que se incurrirá para servir en el restaurante de la hostería planteada en el presente estudio, se sujetarán a lo necesario para atender al 100% de la capacidad del restaurante, reflejada por el número de plazas existentes, una sola vez en cada una de las comidas.

Cuadro No.98

Cuantificación de los artículos de limpieza

Concepto	Cantidad	V. Unitario	Total Anual
Escobas	3	1,50	4,50
Trapeadores	2	2,50	5,00
Galón de cloro	6	10,00	60,00
Jabones de tocador	50	0,25	12,50
Shampoo	50	0,15	7,50
Papel higiénico	40	0,30	12,00
Jabón líquido de limpieza	6	5,00	30,00

(galones)			
Desinfectantes de uso general (galones)	3	19,50	58,50
Cera (caneca)	1	34,00	34,00
Desengrasante industrial (galones)	1	10,00	10,00
Total			234,00

Elaborado por: Autoras

Cuadro No. 99

Rubros de varios gastos operativos previstos

Servicios	V. Mensual	V. Anual
Servicio Eléctrico	200,00	2.400,00
Servicio de Agua	200,00	2.400,00
Servicio Telefónico	120,00	1.440,00
Gas	150,00	1.800,00
Internet	50,00	600,00
Combustible Piscina	120,00	1.440,00
Publicidad	120,00	1.440,00
Mantenimiento	180,80	2.169,60
Total	1.157,80	13.893,60

Elaborado por: Autoras.

4.3.7. Aspectos Legales que debe cumplir una hostería

Según el artículo 5, Capítulo II de la Ley de Turismo se considera al alojamiento y al servicio de alimentos y bebidas entre las actividades catalogadas como turísticas; en virtud de lo cual y según lo expresado en el artículo 6 de la referida ley y capítulo los actos y contratos que sean celebrados por las mencionadas actividades estarán sujetos a las disposiciones de la Ley de Turismo.

Los requisitos legales, previo el funcionamiento de alguna actividad turística están expresados en la Ley de Turismo y su correspondiente reglamento, el cual indica cómo ha de aplicarse la ley. A continuación se presentan los pasos a seguir por quienes pretenden implantar un establecimiento turístico, acorde con lo expresado en el marco legal que rige la actividad turística.

4.3.7.1. Registro de turismo

Consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

4.3.7.2. Licencia Única Anual de Funcionamiento

Concedida por el Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales que fueren facultados por el Ministerio. Su emisión acreditará idoneidad del servicio que ofrece y la sujeción a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Según el reglamento general para actividades turísticas, en el título IV, artículo 142 las personas naturales o jurídicas para registrarse y calificarse en el Ministerio de Turismo, deberán presentar la correspondiente solicitud, en el formulario entregado por la Corporación, acompañada de los siguientes documentos:

- a) Copia, certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas;
- b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante.
- c) Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud; y,
- d) Registro Único de Contribuyentes o cédula de ciudadanía o de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera solicitante.

Una vez, recibida la solicitud, el departamento correspondiente verificará si ésta ha sido presentada en debida forma y dispondrá la vista de inspección previa a la clasificación.

Según la lista de requisitos y formalidades para el registro, también se deben adjuntar los siguientes documentos:

- e) Copia de certificado de votación
- f) Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local, registrado en un juzgado de inquilinato.
- g) Lista de precios de los servicios ofertados, (original y copia).

Los requisitos para obtener la Licencia Anual de Funcionamiento de Establecimientos Turísticos en Tababela periodo 2009 – 2010, son los siguientes:

- a)** Solicitud dirigida al Jefe del Departamento de Desarrollo Turístico.
- b)** Certificado de registro conferido por el Ministerio (para establecimientos nuevos) u original de la Licencia Única Anual de funcionamiento año 2009–2010 (para establecimientos ya registrados).
- c)** Certificado de la Cámara de Turismo Provincial de haber cumplido con sus obligaciones gremiales.
- d)** Patente Municipal.
- c)** Copia del RUC.
- e)** Lista de precios del Establecimiento.
- f)** Formulario actualizado de la planta turística.
- g)** Pago uno por mil sobre los activos fijos (Trámite en el Ministerio de Turismo)

En cuanto a la figura legal que se le dará al establecimiento planteado en el presente estudio se ha considerado, la de Compañía Limitada, debido a que se desea limitar el ingreso de inversionistas que no han sido previamente conocidos y aceptados por los socios iniciales; situación que se daría en el caso de adoptar una figura jurídica como la Compañía Anónima. Algo que también se ha apreciado es que en la Compañía Limitada la responsabilidad de sus socios se limitará al valor de sus participaciones sociales, al de las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias, en la proporción que se hubiere establecido en el contrato social.

CAPITULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO

5.1. Inversiones fijas

Los valores correspondientes detallados en el siguiente cuadro se corresponden a su equivalencia en el año cero, aunque su desembolso se efectuaría en los distintos períodos. Además se detallan las depreciaciones correspondientes a cada uno de los activos fijos.

Cuadro No. 100

Detalle de las inversiones fijas

<u>ACTIVO FIJO TANGIBLE</u>	INV. INICIAL	DEPRECIACIÓN
<u>NO DEPRECIABLE</u>		
Terrenos	650.000,00	
<u>DEPRECIABLE</u>		
Construcciones	943.771,28	14371,13
Muebles y enseres	15.860,00	536,00
Equipo de piscina	20.479,00	847,90
Equipo de computación	2.800,00	666,67
Equipo de oficina	330,00	23,00
Equipo de cocina	5.200,00	340,00
Equipo de limpieza	3.011,00	201,10
Equipo de gimnasio	1.824,00	112,40
Equipo de Juegos	1.729,00	97,90
Equipo de dormitorio	4.784,80	380,48
Equipo de restaurante	3.690,00	299,00
Equipo de cafetería	336,00	13,60
Total Activo Fijo	1.653.815,08	17.889,17

Elaborado por: Autoras

5.1.1. Capital de trabajo

Se refiere a la cantidad de dinero necesario para sustentar los egresos operativos que el giro de un negocio requiera.

Las cantidades monetarias detalladas para cada uno de los rubros, en que se ha previsto incurrir durante la ejecución del proyecto por concepto de Capital de Trabajo, se los presenta en la siguiente tabla, en la cual se diferencia los valores a desembolsar en la inversión inicial (año 0) y

los correspondientes a la inversión progresiva. Los valores detallados en la inversión progresiva, han sido traídos al año 0, a fin, de sumarlos con los de la inversión inicial y obtener la inversión total en unidades equivalentes, es decir con el poder adquisitivo de un mismo tiempo.

Cuadro No.101

Detalle del capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	Inversión Inicial
Caja	19.968,78
Bancos	150.000,00
Alimentos y bebidas	155.952,00
Suministros de oficina	187,30
Artículos de limpieza	234,00
Contingencias 2%	6.526,84
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO	332.868,92

Elaborado por: Autoras

Cálculo del Capital de Trabajo Neto, ver Anexo 13.

5.1.2. Fuentes y uso de fondos

Cuadro No.102

Fuentes y usos del dinero

	<u>Año 0</u>	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>
<i>I. FUENTES</i>				
<i>Ingresos</i>		876.460,03	916.851,00	958.608,81
<i>Capital</i>	1.074.459,80			
<i>Préstamo</i>	578.555,28			
<i>Saldo de años anteriores</i>		0,00	98.057,58	143.556,28
TOTAL	1.653.015,08	876.460,03	1.014.908,57	1.102.165,09
<i>II. USOS</i>				
<i>Activo Fijo</i>	1.653.015,08			
<i>Capital de Trabajo Neto</i>		110.956,31	116.665,18	122.392,58
<i>Costos de Producción</i>		209.616,87	215.480,67	221.992,47
<i>Gastos de Ventas</i>		1.440,00	1.440,00	1.440,00

<i>Gastos Administrativos</i>		6.070,30	6.070,30	6.070,30
<i>Gastos Financieros</i>		3.774,00	3.774,00	3.774,00
<i>15% Participaciones</i>		98.321,83	103.500,90	108.787,80
<i>25% Imp. A la Renta</i>		139.289,26	146.626,28	154.116,06
TOTAL	1.653.015,08	569.468,57	593.557,34	618.573,22
<i>F - U</i>	<i>0,00</i>	<i>306.991,46</i>	<i>421.351,23</i>	<i>483.591,87</i>
<i>Serv. De la Deuda</i>			57.855,53	57.855,53
<i>Dividendos</i>		208.933,89	219.939,42	231.174,09
<i>Saldo</i>		<i>98.057,58</i>	<i>143.556,28</i>	<i>194.562,26</i>
<i>Capacidad de Pago</i>			7,28	8,36

Elaborado por: Autoras

Ver Anexo 14.

Para el servicio de la deuda el préstamo es de 10 años plazo con dos años de gracia. Según políticas de la empresa se repartirá todos los años el 50% por concepto de dividendos.

5.2. Tablas de amortización de la deuda

Las obligaciones con terceros, previstas para el desarrollo del proyecto, tienen una duración de dos años calendario cada una, con la finalidad de que vayan acorde con el programa de inversiones y la capacidad de pago derivada de los ingresos previstos. La tasa de interés con la que se han efectuado los cálculos responde a la tasa efectiva vigente en el mercado financiero – bancario para el segmento productivo pymes a julio del 2012 (11.83%) (Ver Anexo12). Cabe destacar que los recursos obtenidos mediante endeudamiento a través de un banco privado fueron asumidos paulatinamente el 10% del valor que requiere financiamiento durante 10 años, con dos años de gracia, a fin de aminorar el riesgo que representaría la adopción de la deuda total en el periodo inicial.

La fórmula aplicada:

$$A = P_0 \left\{ \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right\}$$

A= Cuota de la deuda

Po = Préstamo inicial

i = Tasa de interés

n = Plazo de la deuda

Cuadro No. 103

Amortización de la deuda incurrida cada año

Meses	Saldo insoluto	Interés	Amortización	Cuota de Pago
0	57.855,53	0	0	0
1	53.290,10	570,36	4.565,43	5.135,79
2	48.679,65	525,35	4.610,44	5.135,79
3	44.023,76	479,90	4.655,89	5.135,79
4	39.321,97	434,00	4.701,79	5.135,79
5	34.573,82	387,65	4.748,14	5.135,79
6	29.778,87	340,84	4.794,95	5.135,79
7	24.936,64	293,57	4.842,22	5.135,79
8	20.046,68	245,83	4.889,96	5.135,79
9	15.108,52	197,63	4.938,17	5.135,79
10	10.121,67	148,94	4.986,85	5.135,79
11	5.085,66	99,78	5.036,01	5.135,79
12	0,00	50,14	5.085,66	5.135,79

Elaborado por: Autoras

Comparación de la deuda, bajo el supuesto que la CFN, financiare el proyecto

Se ha procedido a realizar el cálculo de la deuda a ser asumida cada año, considerando como fuente de Financiamiento a la Corporación Financiera Nacional (C.F.N.), donde la tasa de interés sobre los préstamos que otorga es el 9,50% anual. Ver Anexo 11.

Cuadro No.104

Amortización de la deuda incurrida cada año con financiamiento de la C.F.N.

Meses	Saldo insoluto	Interés	Amortización	Cuota de Pago
0	57.855,53	0	0	0
1	53.240,58	458,02	4.614,95	5.072,98
2	48.589,09	421,49	4.651,49	5.072,98
3	43.900,78	384,66	4.688,31	5.072,98
4	39.175,35	347,55	4.725,43	5.072,98
5	34.412,51	310,14	4.762,84	5.072,98
6	29.611,97	272,43	4.800,54	5.072,98

7	24.773,42	234,43	4.838,55	5.072,98
8	19.896,57	196,12	4.876,85	5.072,98
9	14.981,10	157,51	4.915,46	5.072,98
10	10.026,73	118,60	4.954,38	5.072,98
11	5.033,13	79,38	4.993,60	5.072,98
12	0,00	39,85	5.033,13	5.072,98

Elaborado por: Autoras

Al comparar, la tabla de amortización de la deuda de cada año bajo el financiamiento de una entidad bancaria, versus la tabla que refleja la amortización de dicha deuda siendo el acreedor la CFN; se puede observar que el valor a pagar por concepto de interés en el primer caso, excede en \$753,82 respecto del segundo. Optar por un crédito en la C.F.N. constituye una alternativa muy conveniente de financiamiento, sin embargo no fue considerada para el cálculo de los intereses a pagar por las deudas en que se incurrirá, debido a que el acceso a esta fuente de financiamiento presenta mayor dificultad respecto de una entidad bancaria; procurando así plantear el escenario más real a fin de que se presenten menos imprevistos.

5.3. Tablas de depreciación y amortización de activos

Cuadro No. 105

Depreciaciones

PERÍODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total Deprecia ción	Valor Residual
Activo Fijo												
Construcciones	14371,13	14371,13	14371,13	14371,13	14371,13	14371,13	14371,13	14371,13	14371,13	14371,13	143711,28	800.000,00
Muebles y enseres	536,00	536,00	536,00	536,00	536,00	536,00	536,00	536,00	536,00	536,00	5360,00	10.500,00
Equipo de piscina	847,90	847,90	847,90	847,90	847,90	847,90	847,90	847,90	847,90	847,90	8479,00	12.000,00
Equipo de computo	666,67	666,67	666,67								2000,00	800,00
Equipo de oficina	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	230,00	100,00
Equipo de Cocina	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	3400,00	1.800,00
Equipo de Limpieza	201,10	201,10	201,10	201,10	201,10	201,10	201,10	201,10	201,10	201,10	2011,00	1.000,00
Equipo de gimnasio	112,40	112,40	112,40	112,40	112,40	112,40	112,40	112,40	112,40	112,40	1124,00	700,00
Equipo de juegos	97,90	97,90	97,90	97,90	97,90	97,90	97,90	97,90	97,90	97,90	979,00	750,00
Equipo de cafetería	13,60	13,60	13,60	13,60	13,60	13,60	13,60	13,60	13,60	13,60	136,00	200,00
Equipo de	380,48	380,48	380,48	380,48	380,48	380,48	380,48	380,48	380,48	380,48	3804,80	980,00

dormitorio												
Equipo de Restaurante	299,00	299,00	299,00	299,00	299,00	299,00	299,00	299,00	299,00	299,00	2990,00	700,00

Elaborado por: Autoras

Ver Anexo 4.

CuadroNo.106

Amortizaciones

PERÍODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Activo Diferidos										
Gastos de Constitución	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00					
Estudio de Factibilidad	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00					
Diseño de página de Internet	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00					

Elaborado por: Autoras

Ver Anexo 5

Los porcentajes de depreciación y amortización anual utilizados fueron los siguientes:

Cuadro No. 107

Porcentajes para depreciar o amortizar

Activos	Valor Total
Activos Fijos	
Construcciones	5,00%
Muebles y enseres	10,00%
Equipo de piscina	10,00%
Equipo de computo	33,33%
Equipo de Cocina	10,00%
Equipo de Limpieza	10,00%
Equipo de Oficina	10,00%
Equipo de dormitorio	10,00%

Equipo de restaurante	10,00%
Equipo de cafetería	10,00%
Activos Diferidos	
Gastos de Constitución	20,00%
Estudio de Factibilidad	20,00%
Diseño de página de Internet	20,00%

Elaborado por: Autoras

5.4. Balance General Inicial

Cuadro No. 108

Balance General Inicial

“Hostería El Aguacate”

ACTIVO		1.827.958,86
Activo Corriente		169.968,78
Disponible		169.968,78
Caja	19.968,78	
Bancos	150.000,00	
Activo No corriente		1.657.990,08
Activo Fijo		1.653.815,08
Terreno	650.000,00	
Construcciones	943.771,28	
Muebles y enseres	15.860,00	
Equipo de piscina	20.479,00	
Equipo de computación	2.800,00	
Equipo de oficina	330,00	
Equipo de cocina	5.200,00	
Equipo de limpieza	3.011,00	
Equipo de gimnasio	1.824,00	
Equipo de Juegos	1.729,00	

Equipo de dormitorio	4.784,80		
Equipo de restaurante	3.690,00		
Equipo de cafetería	336,00		
Activo Diferidos		4.175,00	
Gastos de Constitución	1.100,00		
Estudio de Factibilidad	3.000,00		
Diseño de página de internet	75,00		
PASIVO			57.855,53
Pasivo Corriente			
Pasivo No Corriente			57.855,53
Documentos por Pagar		57.855,53	
PATRIMONIO			1.770.103,33
Capital			1.770.103,33
Capital Social		1.770.103,33	

Elaborado por: Autoras

5.5. Estado de Pérdidas y Ganancias

Cuadro No. 109

Estado de Pérdidas y Ganancias

“Hostería El Agucate”

PERÍODO	1	2	3
Ingreso Pernoctaciones	418.037,76	438.939,65	460.886,63
Ingreso Alimentos	329.720,83	342.774,84	355.828,84
Ingreso por uso de instalaciones	128.701,44	135.136,51	141.893,34
Total Ingresos	876.460,03	916.851,00	958.608,81
(-) Costo del Servicio (Ventas)	209.696,87	215.560,67	222.072,47
Mano de Obra Directa	17.856,00	17.856,00	17.856,00
Materia Prima Directa	155.952,00	162.244,80	168.537,60
Costo Indirecto de Fabricación	35.888,87	35.459,87	35.678,87

Utilidad Bruta en Ventas	666.763,16	701.290,32	736.536,33
(-) Gasto Operacional	7.510,30	7.510,30	7.510,30
(=)Utilidad Operacional	659.252,86	693.780,02	729.026,03
(-) Gastos Financieros	3.774,00	3.774,00	3.774,00
Utilidad antes de Participación	655.478,86	690.006,02	725.252,03
15% Utilidad de Trabajadores	98.321,83	103.500,90	108.787,80
Utilidad antes de Impuestos	557.157,03	586.505,12	616.464,23
25% Impuesto a la Renta	139.289,26	146.626,28	154.116,06
Utilidad del Periodo	417.867,77	439.878,84	462.348,17

Elaborado por: Autoras

Ver Anexo 10.

5.5.1. Ingresos

Cuadro No. 110

Detalles de Ingresos

PERÍODOS	1	2	3
Pernotaciones Vendidas	17280	17280	17280
Precio por pernoctación	24,19	24,19	24,19
Ingreso por pernoctaciones	418.037,76	438.939,65	460.886,63
Ingreso por restaurante	329.720,83	342.774,84	355.828,84
Ingreso por uso de instalaciones	128.701,44	135.136,51	141.893,34
Total de Ingresos	876.460,03	916.851,00	958.608,81

Elaborado por: Autoras

Ver Anexo 6.

Los ingresos provenientes de las pernoctaciones y restaurante aumentan a medida que se incrementa la capacidad de atención así como el darse a conocer en el mercado. El detalle de ingresos del restaurante podrá ser observado en el anexo 3.

5.5.2. Costo del Servicio

Cuadro No. 111

Componentes del Costo del Servicio.

Períodos	1	2	3
-----------------	----------	----------	----------

Costo del Servicio (Ventas)	209.696,87	215.560,67	222.072,47
Mano de Obra Directa	17.856,00	17.856,00	17.856,00
Materia Prima Directa	155.952,00	162.244,80	168.537,60
Costo Indirecto de Fabricación	35.888,87	35.459,87	35.678,87
Gastos Sueldos y Salarios	7.008,00	7.008,00	7.008,00
Servicios Básicos	6.240,00	6.240,00	6.240,00
Gasto Combustible	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Gasto Internet	810,00	600,00	600,00
Mantenimiento	2.169,60	2.169,60	2.169,60
Herramientas de Limpieza	219,00		219,00
Insumos de Limpieza	234,00	234,00	234,00
Gasto Depreciación Construcciones	14.371,13	14.371,13	14.371,13
Gasto Depreciación Muebles y Enseres	536,00	536,00	536,00
Gasto Depreciación Equipo de piscina	847,90	847,90	847,90
Gasto Depreciación Equipo de Computo	666,67	666,67	666,67
Gasto Depreciación Equipo de Cocina	340,00	340,00	340,00
Gasto Depreciación Equipo Limpieza	201,10	201,10	201,10
Gasto Depreciación Equipo Gimnasio	112,40	112,40	112,40
Gasto Depreciación Equipo de Dormitorio	380,48	380,48	380,48
Gasto Depreciación Equipo de Restaurante	299,00	299,00	299,00
Gasto Depreciación Equipo de Cafetería	13,60	13,60	13,60

Elaborado por: Autoras

Ver Anexo 7.

5.5.3. Gasto Operacional

Cuadro No. 112

Detalle del Gasto Operacional.

PERÍODO	1	2	3
(-) Gasto Operacional	7.510,30	7.510,30	7.510,30
(-) Gastos Administrativos	6.070,30	6.070,30	6.070,30
Gastos Sueldos	5.040,00	5.040,00	5.040,00
Suministros de oficina	187,30	187,30	187,30
Amortización Gastos de Constitución	220,00	220,00	220,00
Amortización Estudio de Factibilidad	600,00	600,00	600,00

Gasto Depreciación Equipo de Oficina	23,00	23,00	23,00
(-) Gastos de Ventas	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Gasto Publicidad	1.440,00	1.440,00	1.440,00

Elaborado por: Autoras

Ver Anexo 8.

5.5.4. Gasto Financiero

Cuadro No. 113

Detalle del Gasto Financiero

PERÍODO	1	2	3
(-) Gastos Financieros	3.774,00	3.774,00	3.774,00
Intereses	3.774,00	3.774,00	3.774,00

Elaborado por: Autoras

Ver Anexo 9.

5.6. Flujo Operacional

Cuadro No. 114

Flujo Operacional del Proyecto

	Ingresos	Costos y Gastos	Costos Imputados	Gastos Financieros	Flujo de Operación	Flujo Neto
0						-1.653.015,08
1	876.460,03	458.512,26	18.724,17	3.774,00	440.445,95	773.314,87
2	916.851,00	476.892,16	18.724,17	3.774,00	462.457,01	479.583,64
3	958.608,81	496.180,64	18.724,17	3.774,00	484.926,34	502.108,53
4	958.608,81	496.180,64	18.724,17	3.774,00	484.926,34	484.926,34
5	958.608,81	496.180,64	18.724,17	3.774,00	484.926,34	484.926,34
6	958.608,81	496.180,64	18.724,17	3.774,00	484.926,34	484.926,34
7	958.608,81	496.180,64	18.724,17	3.774,00	484.926,34	484.926,34
8	958.608,81	496.180,64	18.724,17	3.774,00	484.926,34	484.926,34
9	958.608,81	496.180,64	18.724,17	3.774,00	484.926,34	484.926,34
10	958.608,81	496.180,64	18.724,17	3.774,00	484.926,34	1.408.628,70

Elaborado por: Autoras

5.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

Su cálculo permitirá conocer el número de pernoctaciones y servicio de alimentación en el restaurante que se deben hacer efectivas para que los ingresos igualen a los costos y gastos. Previo su cálculo, se debe identificar aquellos costos y gastos fijos así como variables.

Costos Fijos.- Son aquellos que se mantienen constantes, sin importar la variación en el número de usuarios del servicio.

Costos Variables.- Son aquellas que varían, en función del cambio en el número de usuarios del servicio

Cuadro No. 115

Costos Fijos

COSTOS FIJOS			
	1	2	3
Mano de Obra Directa	17.856,00	17.856,00	17.856,00
Costo Indirecto de Fabricación	27.974,87	27.545,87	27.764,87
Gastos Sueldos y Salarios	7.008,00	7.008,00	7.008,00
Gasto Internet	810,00	600,00	600,00
Mantenimiento	2.169,60	2.169,60	2.169,60
Herramientas de Limpieza	219,00		219,00
Gasto Depreciación Construcciones	14.371,13	14.371,13	14.371,13
Gasto Depreciación Muebles y Enseres	536,00	536,00	536,00
Gasto Depreciación Equipo de piscina	847,90	847,90	847,90
Gasto Depreciación Equipo de Computo	666,67	666,67	666,67
Gasto Depreciación Equipo de Cocina	340,00	340,00	340,00
Gasto Depreciación Equipo Limpieza	201,10	201,10	201,10
Gasto Depreciación Equipo Gimnasio	112,40	112,40	112,40
Gasto Depreciación Equipo de Dormitorio	380,48	380,48	380,48
Gasto Depreciación Equipo de Restaurante	299,00	299,00	299,00
Gasto Depreciación Equipo de Cafetería	13,60	13,60	13,60
Gastos Administrativos	5.883,00	5.883,00	5.883,00
Gastos Sueldos	5.040,00	5.040,00	5.040,00
Amortización Gastos de Constitución	220,00	220,00	220,00
Amortización Estudio de Factibilidad	600,00	600,00	600,00
Gasto Depreciación Equipo de Oficina	23,00	23,00	23,00

Gastos de Ventas	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Gasto Publicidad	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Gasto Financiero	3.774,00	3.774,00	3.774,00
Intereses	3.774,00	3.774,00	3.774,00
Total de Costos Fijos	56.927,87	56.498,87	56.717,87

Elaborado por: Autoras

Cuadro No. 116

Costos Variables

Materia Prima Directa	1	2	3
Costo Indirecto de Fabricación	7.914,00	7.914,00	7.914,00
Servicios Básicos	6.240,00	6.240,00	6.240,00
Gasto Combustible	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Insumos de Limpieza	234,00	234,00	234,00
Gastos Administrativos	187,30	187,30	187,30
Suministros de oficina	187,30	187,30	187,30
Total Costo Variable	8.101,30	8.101,30	8.101,30

Elaborado por: Autoras.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

$$Q_e = \frac{F}{P - C} = \frac{56.927,87}{47,66 - 0,30} = 1.201,93$$

$$C = \frac{V}{Q} = \frac{8.101,30}{27.360,00} = 0,30$$

$$Y_e = \frac{F}{1 - \frac{C}{P}} = \frac{56.927,87}{1 - \frac{0,30}{47,66}} = 57.283,76$$

$$u = \frac{F}{Y - CQ} = \frac{56.927,87}{1.303.977,60 - 8.101,30} = 0,04$$

$$Pe = \frac{CT}{Q} = \frac{65.029,17}{27.360,00} = 2,38$$

$$Mg = PM - Pe = 47,66 - 2,38 = 45,28$$

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 2

$$Qe = \frac{F}{P - C} = \frac{56.498,87}{49,94 - 0,30} = 1.138,08$$

$$C = \frac{V}{Q} = \frac{8.101,30}{27.360,00} = 0,30$$

$$Ye = \frac{F}{I - \frac{C}{P}} = \frac{56.498,87}{1 - \frac{0,30}{49,94}} = 56.835,86$$

$$u = \frac{F}{Y - CQ} = \frac{56.498,87}{1.366.358,40 - 8.101,30} = 0,04$$

$$Pe = \frac{CT}{Q} = \frac{64.600,17}{27.360,00} = 2,36$$

$$Mg = PM - Pe = 49,94 - 2,36 = 47,58$$

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3

$$Qe = \frac{F}{P - C} = \frac{56.717,87}{52,32 - 0,30} = 1.090,23$$

$$C = \frac{V}{Q} = \frac{8.101,30}{Q} = 0,30$$

$$Q = 27.360,00$$

$$Ye = \frac{F}{I - \frac{C}{P}} = \frac{56.717,87}{1 - \frac{0,30}{52,32}} = 57.040,69$$

$$u = \frac{F}{Y - CQ} = \frac{56.717,87}{1.431.475,20 - 8.101,30} = 0,04$$

$$Pe = \frac{CT}{Q} = \frac{64.819,17}{27.360,00} = 2,37$$

$$Mg = PM - Pe = 52,32 - 2,37 = 49,95$$

Cuadro No. 117

Cuadro Resumen del Punto de Equilibrio

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<i>Qe</i>	1.201,93	1.138,08	1.090,23
<i>Ye</i>	57.283,76	56.835,86	57.040,69
<i>Ue</i>	0,0439	0,0416	0,0398
<i>Pe</i>	2,38	2,36	2,37
<i>Mge</i>	45,28	49,95	49,95

Interpretaciones:

Año 1: La hostería obtiene su punto de nivelación cuando atiende a 1.201,93 personas, y obtiene de ingresos \$ 57.283,76. El 4,39% es el nivel de ventas proyectadas, este porcentaje refleja el grado de riesgo del proyecto que para nuestro caso nos determina que el proyecto no es riesgoso puesto que utilizando el 4,39% de su capacidad obtiene su punto de nivelación.

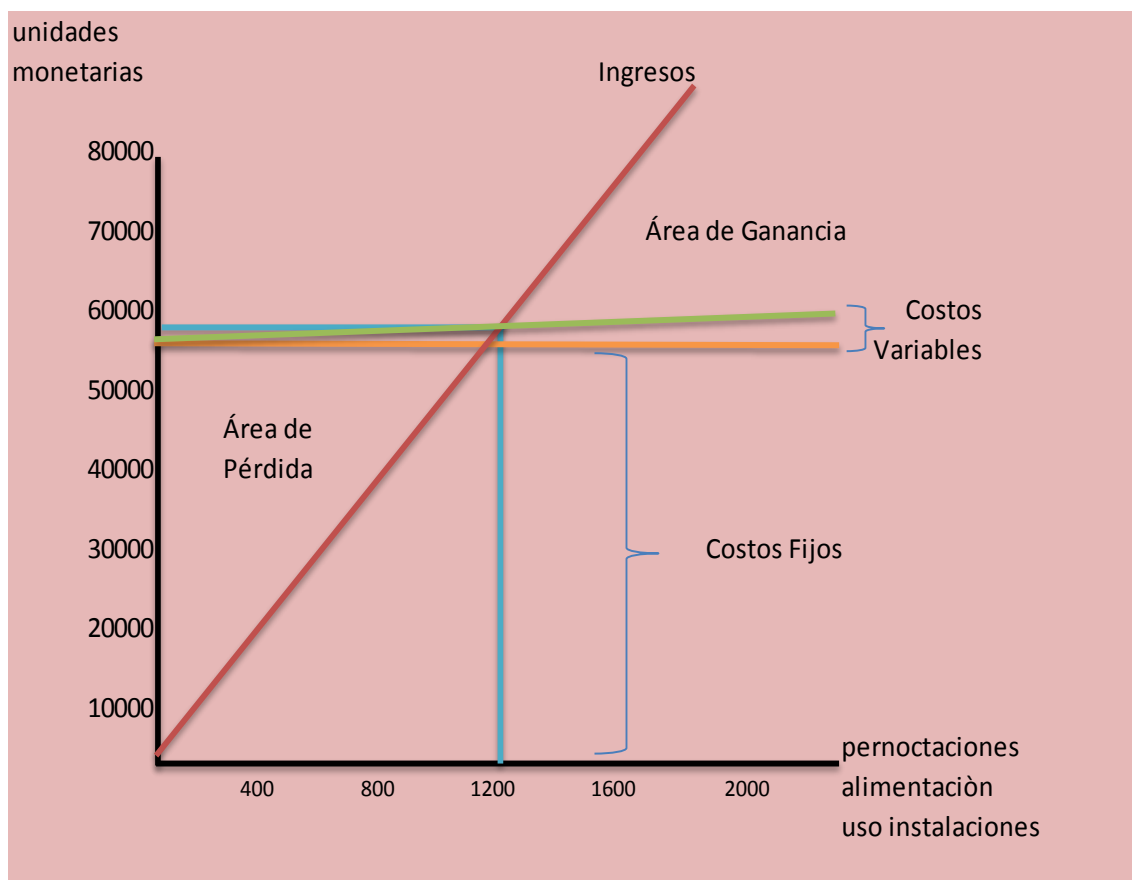
Año 2: La hostería obtiene su punto de nivelación cuando atiende a 1.138,08 personas, y obtiene de ingresos \$ 56.835,86 personas. El 4,16% es el nivel de ventas proyectadas, este porcentaje refleja el grado de riesgo del proyecto que para nuestro caso nos determina que el proyecto no es riesgoso puesto que utilizando el 4,16% de su capacidad obtiene su punto de nivelación.

Año 3: La hostería obtiene su punto de nivelación cuando atiende a 1.090,23 personas, y obtiene de ingresos \$ 57.040,69. El 3,98% es el nivel de ventas proyectadas, este porcentaje refleja el grado de riesgo del proyecto que para nuestro caso nos determina que el proyecto no es riesgoso puesto que utilizando el 3,98% de su capacidad obtiene su punto de nivelación.

Estos valores han sido comprobados. Ver Anexo 15.

Gráfico No. 35

Punto de Equilibrio (Año 1)



Elaborado por: Autoras

5.8. Presupuesto de Costos e Ingresos

5.8.1. Rentabilidad

Permitirán evaluar la conveniencia económica - financiera de ejecutar el proyecto, por lo que se ha de considerar los siguientes métodos:

5.8.1.1. Métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo.

5.8.1.1.1. Rentabilidad Simple.- “Consiste en obtener el promedio de las utilidades que se va a percibir durante la vida útil del proyecto y dividirlo para la inversión.”¹

PROMEDIO DE UTILIDADES NETAS	440.031,59
<hr/>	
INVERSIÓN TOTAL	1.653.015,08

$$R/S = 26,62\%$$

5.8.1.1.2. Razones Financieras

Índices de Solidez:

Índice de Solvencia: 31,60

Activo Total	1.827.958,86
<hr/>	
Pasivo Total	57.855,53

Se observa que el proyecto podría cubrir, con sus activos en 31 veces a sus pasivos.

Razón de Endeudamiento: 3,17%

Total del Pasivo	57.855,53
<hr/>	
Total del Activo	1.827.958,86

Se aprecia que apenas el 3,17% de los activos totales han sido financiados a través de préstamo, o lo que significaría que el proyecto tiene un 96,83% de activos propios.

Apalancamiento Financiero: 1,03

Activo Total	1.827.958,86
<hr/>	
Patrimonio	1.770.103,33

Se evidencia que por cada dólar de patrimonio existe 1,03 dólares de activo total, lo que significa que 0,03 de cada dólar de activo sería pasivo, por lo tanto todavía existe la posibilidad de adquirir nuevas deudas, que pueden ser respaldadas por el patrimonio.

Índice de Rentabilidad:

¹ CALDAS Marco y CALDAS Jairo Op.cit p. (151 y 152)

Rotación de Activos Totales: 0,48

Ventas Netas	876.460,03
Activos Totales	1.827.958,86

Se observa que por cada dólar invertido en activos, se obtendrá \$0,48 de ingresos por ventas.

Margen de ganancias Netas: 47,68%

Utilidad Neta	417.867,77
Ventas	876.460,03

Revela que por cada dólar de venta, \$ 0,477 centavos es para los accionistas, lo cual es aceptable si se considera que es el primer año del proyecto.

Rentabilidad sobre Activos: 22,86%

Utilidad Neta	417.867,77
Activos Totales	1.827.958,86

Indica el porcentaje que representa la utilidad neta, con relación a los activos totales, para el caso del presente proyecto es del 22,86%. La tasa se muestra conveniente, aún cuando es el primer año de funcionamiento, así también se debe considerar que los activos totales se constituyen en una gran proporción por activos fijos. La estabilidad de éstos permitirá la rentabilidad del futuro, más aún si se considera que la mayoría de los activos fijos presenta un gasto por depreciación bajo.

Rentabilidad sobre Patrimonio: 23,61%

Utilidad Neta	417.867,77
Patrimonio	1.770.103,33

Evidencia que los socios obtendrán una utilidad del 23,61% del valor de sus aportaciones, porcentaje que es alto si se considera que es el primer año de operación.

CAPITULO VI

6. CÁLCULO DEL VAN Y LA TIR

6.1. Métodos de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo.

6.1.1. Valor Actual Neto VAN.- “Es la sumatoria de los valores actualizados del flujo Neto de Caja (Fondos), a una tasa mínima atractiva de rendimiento de capital (TMARC), o una tasa adecuada o pertinente para el inversionista.”¹

Por la definición, es conveniente determinar la tasa mínima aceptable de retorno del capital (TMARC), la cual será calculada considerando el monto de capital prestado y de capital propio, por lo que se precisará la aplicación de una fórmula de ponderación.

$$K_0 = K_d \frac{D}{V} + K_e \frac{P}{V}$$

K_0 = Costo ponderado del capital

K_d = Costo del capital prestado

K_e = Costo del capital propio

D = Monto de la deuda

P = Monto del capital propio

V = Valor de la Inversión Total

Cuadro No. 115

Origen de los recursos

RUBROS DE INVERSIÓN	Inversión Total	Recursos Propios	Banco
TOTAL I.F. + C.T. (1.- + 2.-)	1.653.015,08	1.074.459,80	578.555,28
Porcentaje	100,00%	65%	35%

Elaborado por: Autoras

¹Ibid., p. (167)

En este caso, se ha considerado que el costo de oportunidad del capital propio, será del 5,35% valor que equivale a la tasa pasiva que pagan los bancos por los depósitos recibidos. El costo del capital prestado, estará dado por la tasa activa que cobra el banco por concepto de un préstamo, es decir por el 11,83%.

$$K_0 = 0,1183 \frac{578.555,28}{1.653.015,08} + 0,0535 \frac{1.074.459,80}{1.653.015,08}$$

$$K_0 = 0,04140500014 + 0,03477499994$$

$$K_0 = 0,07618000008$$

Según lo expuesto, la TMARC deberá ser del 7,618000008%, es decir es la tasa mínima que debería arrojar el proyecto para ser aceptado. Si al ser descontados los flujos anuales a la tasa señalada (7,618000008%), el VAN obtenido es mayor a cero, significa que la Tasa Interna de Retorno (TIR), es superior a la TMARC, por lo que el proyecto debería ser aceptado; si el VAN fuere igual a cero significa que la TIR y la TMARC son iguales; si el VAN fuere menor a cero, significa que la TIR, es menor a la TMARC, por lo que el proyecto debería negarse.

Cuadro No. 116

Flujo de ingresos

VENTAJAS			
FLUJO DE INGRESOS			
	<i>FY + VR</i>	<i>fsa</i>	<i>VA FY + VR</i>
0			
1	876460,03	1,080000	811.537
2	916851,00	1,166400	786.052
3	958608,81	1,259712	760.975
4	958608,81	1,360489	704.606
5	958608,81	1,469328	652.413
6	958608,81	1,586874	604.086
7	958608,81	1,713824	559.339
8	958608,81	1,850930	517.907
9	958608,81	1,999005	479.543

10	2302403,82	2,158925	1.066.458
			6.942.916

Elaborado por: Autoras

Cuadro No. 116

Cálculo del VAN

DESVENTAJAS										
FLUJO DE INVERSIONES			FLUJO DE COSTOS Y GASTOS REALES			FLUJO I CyG Reales	fsa	VA FLUJO I CyG Reales	Flujo Neto (VA FY + VR - VA FLUJO I C y G R)	
AF	Δ CTN	Total	C y G	Ci	C y G Reales					
0	1.653.015,08		1.653.015			1.653.015	1,000000	1.653.015	-	1.653.015
1		110.956,31	110.956	458512	18724,17	439.788	550.744	1,080000	509.949	301.589
2		5.708,88	5.709	476892	18724,17	458.168	463.877	1,166400	397.700	388.352
3		5727,40	5.727	496181	18724,17	477.456	483.184	1,259712	383.567	377.408
4			-	496.181	18724,17	477.456	477.456	1,360489	350.945	353.661
5			-	496.181	18724,17	477.456	477.456	1,469328	324.949	327.464
6			-	496.181	18724,17	477.456	477.456	1,586874	300.879	303.208
7			-	496.181	18724,17	477.456	477.456	1,713824	278.591	280.748
8			-	496.181	18724,17	477.456	477.456	1,850930	257.955	259.952
9			-	496.181	18724,17	477.456	477.456	1,999005	238.847	240.696
10			-	496.181	18724,17	477.456	477.456	2,158925	221.155	845.304
						-		4.917.550		2.025.366

VAN	=	v	-	d
VAN	=	6.942.916	-	4.917.550
VAN	=	2.025.366		
	+	Acepta	2.025.366	
VAN	0	Rechaza		
	-	Rechaza		

Ver Anexo 16

6.1.2. Tasa Interna de Retorno (TIR).- Es la tasa, que al ser aplicada como descuento sobre los flujos netos obtenidos, provoca que el VAN sea igual a cero.

Para calcular la TIR, del presente proyecto se ha utilizado el método de interpolación, para lo cual se debe calcular dos VAN; es decir uno de valor negativo y otro de valor positivo con sus respectivas tasas de descuento. Luego se aplica la fórmula de Interpolación.

Cuadro No. 117

Cálculo de la TIR

<i>tm</i>	<i>TM</i>			
0,3	0,4	0,3314713	0,3314715	0,3315
VA 0,3	VA 0,4	VA (0,3314713)	VA (0,3314715)	VA(0,3315)
- 1.653.015	- 1.653.015	- 1.653.015	- 1.653.015	- 1.653.015
594.858	552.368	580.797	580.797	580.797
283.777	244.686	270.521	270.521	270.521
228.543	182.984	212.717	212.717	212.717
169.786	126.230	154.294	154.294	154.294
130.605	90.165	115.882	115.882	115.882
100.465	64.403	87.033	87.033	87.033
77.281	46.002	65.366	65.366	65.366

59.447	32.859	49.093	49.093	49.093
45.728	23.471	36.871	36.871	36.871
102.179	48.699	80.441	80.441	80.441
139.654	- 241.149	1	0	1

Elaborado por: Autoras

$$TIRF = tm + \frac{V_{Atm}}{V_{Atm} + V_{ATM}} \times (TM - tm)$$

$$TIRF = 0,3315$$

TIRF > COD **Acepta**

TIRF = COD Rechaza

TIRF < COD Rechaza

La TIRF nos dice que la rentabilidad del proyecto es del 33,15%, mientras que el costo de oportunidad del inversionista es del 8%, por lo tanto, se evidencia la conveniencia de ejecutar el proyecto.

Por otra parte la tasa interna de retorno financiera nos dice cuanto se demora en retornar la inversión.

$$TIRF = \frac{33,15\%}{100} = \frac{100}{33,15} = 3,016591252$$

En este caso la inversión va a retornar en 3 años.

Ver Anexo 17.

6.1.3. Relación Costo Beneficio (R B/C).-“La relación Beneficio / Costo (R B/C) se obtiene dividiendo el valor actualizando del flujo de ingresos, por el valor actualizado del flujo de costos.”²

VAN BENEFICIOS

²Ibid., p. (167)

$$R \quad B/C = \frac{\quad}{VAN \text{ EGRESOS}}$$

$$R \quad B/C = \frac{6.942.916}{4.917.550} = 1,41$$

	>1	Acepta	1,4119
B/C	1	Rechaza	
	<1	Rechaza	

La Relación Costo Beneficio (R B/C), calculada indica que el proyecto es viable, en virtud de que el resultado obtenido es mayor a 1.

En conclusión el inversionista recibirá más de lo que invierte, es decir que el proyecto le va a generar una tasa de rentabilidad mayor al costo de oportunidad de su dinero.

CONCLUSIONES

- ✎ Las expectativas sobre el número de extranjeros que arriba al Ecuador, impulsan el desarrollo de actividades Turísticas.
- ✎ Los atractivos naturales e históricos que posee el país estimulan al turista receptor a decidir su visita al Ecuador.
- ✎ Galápagos, constituye el principal atractivo turístico del Ecuador, sin embargo se evidenció, que la provincia de Pichincha tiene un considerable flujo de turismo receptor debido a los múltiples atractivos turísticos naturales y coloniales.
- ✎ La visita a Quito por parte del turismo receptor, generalmente involucra también a sus entornos; por lo que la visita a las distintas parroquias es inevitable; y, aun más lo será la parroquia Tababela ya que será donde se localice el nuevo aeropuerto internacional de Quito.
- ✎ Un factor negativo que puede disuadir la demanda turística receptora, constituye la inseguridad y violencia creciente en el país, sin embargo en la zona propuesta, este factor es casi inexistente.
- ✎ Se observa que la actividad de las agencias de viaje en su calidad de intermediarios, se ve disminuida por la presencia del Internet.
- ✎ El 64,48% del turismo receptor, se informa del Ecuador a través de amigos.
- ✎ El 30,66% de los turistas internos y receptores prefieren sol y playa, y, en un porcentaje muy parecido, el 29,81% del turismo interno y receptor los aspectos naturales.
- ✎ Existe una gran demanda potencial de turistas hacia la provincia de Pichincha, por ende hacia el área donde se ubica el proyecto que es la parroquia Tababela.
- ✎ El alojamiento preferido por el turista interno es la hostería.
- ✎ La limpieza es un atributo del servicio de alojamiento, considerado como muy importante por el turista interno y receptor, en una proporción del 94,39%.

- ✎ Se determinó una limitada oferta de establecimientos de alojamiento en la parroquia Tababela.
- ✎ Una de las principales barreras de ingreso al mercado en el que incursionará la hostería descrita, es la necesidad de capital; sin embargo se la puede paliar en virtud de la disponibilidad del terreno y parte de la edificación.
- ✎ La localización estratégica de la hostería, permite conocer a los turistas nacionales y extranjeros los atractivos turísticos cercanos como son la parroquia de El Quinche, Cayambe, Guayllabamba, Papallacta, etc.
- ✎ La disponibilidad de infraestructura vial y de servicio básicos, facilita la accesibilidad del turista.
- ✎ No existe ninguna restricción para la adquisición de los insumos necesarios para el funcionamiento de la hostería.
- ✎ Al ser la calidad, un atributo muy relacionado a la percepción individual que posee una persona sobre un servicio, se ha considerado pertinente indagar en las preferencias de los clientes, a través de la petición constante de sugerencias respecto del servicio prestado, en cada uno de los procesos.
- ✎ La estructura organizacional tiende a ser plana, debido a que el establecimiento de cargos y jerarquías no se encuentran muy distanciados entre sí. Así como también se debe advertir que con la finalidad de crecer y mantenerse en el mercado, en muchos momentos habrá la colaboración del gerente y socios en labores que en teoría no les corresponderían.
- ✎ El marco legal al cual se sujetará la hostería propuesta, está conformado por la Ley de Turismo, reglamento de actividades turísticas, ordenanzas municipales, en su calidad de entidad prestadora de servicios de índole turístico.

- ✍ El endeudamiento fue causado en forma paulatina, debido a la cautela y coherencia con la que se pretende manejar el patrimonio de los socios; es decir procurando minimizar totalmente los riesgos, de contraer una deuda que puede consumir al patrimonio.
- ✍ El periodo de recuperación de capital asciende a 3 años.
- ✍ La Tasa interna de retorno, arrojada por el presente proyecto, alcanza el 33,15%; por lo que sobrepasa en un 25,15%, a la Tasa mínima aceptable de retorno del capital o Costo de Oportunidad.
- ✍ El proyecto, no será causante de impactos negativos, sino más bien procurará la concienciación de la valoración sobre aspectos culturales y ecológicos, a la par que generará empleo y promocionará a localidad, lo que daría como consecuencia el desarrollo de actividades turísticas que benefician la economía de la parroquia.

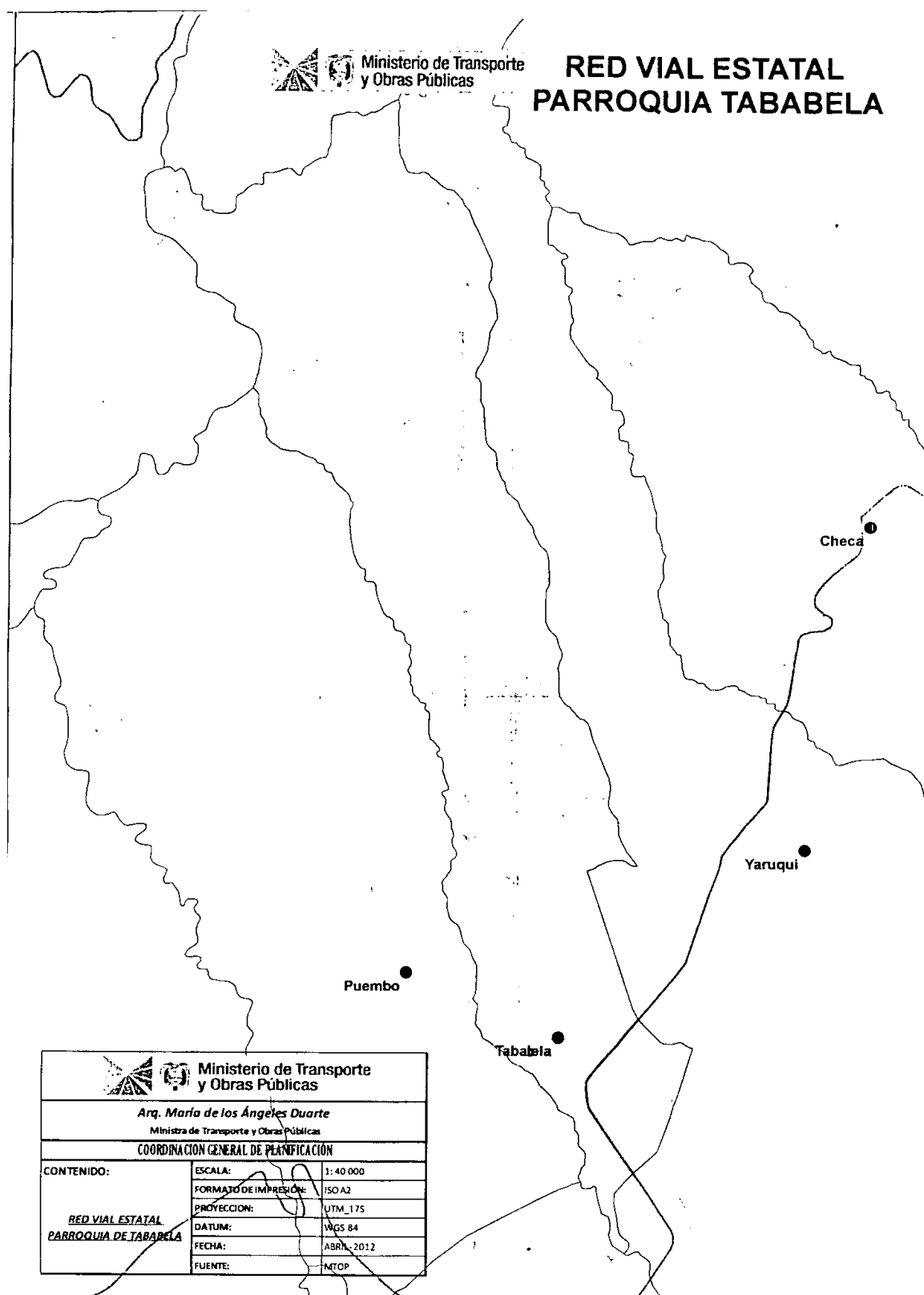
RECOMENDACIONES

- ✍ La actividad turística, constituye y constituirá una importante fuente de ingresos para el Ecuador, siempre que se la maneje bajo políticas de sustentabilidad.
- ✍ Preservar, los recursos naturales, culturales e históricos, debe ser una prioridad de todos los ecuatorianos; ya que no solo nos enriquecen y brindan un motivo de orgullo y reafirmación cultural, sino que contribuyen a la obtención de ingresos bajo la óptica de la sustentabilidad de los recursos.
- ✍ Incentivar a través de políticas de promoción de parte del sector público y privado los múltiples atractivos y lugares poco dados a conocer al turista receptor, de modo que su interés no se focalice solamente en Galápagos y el Oriente.
- ✍ La violencia, es consecuencia de la ignorancia, pobreza e inequidad existentes; por lo que los empresarios turísticos deben procurar desarrollar vínculos con la comunidad de modo de asesorarlos, para que alcancen beneficios lícitos, derivados del incremento del flujo turístico, acción que ayudará a la disminución de la violencia.

- ✎ Establecer, a través del Internet vínculos directos entre el lugar de alojamiento y el turista.
- ✎ Implementar actividades de acercamiento y conocimiento al turista sobre las labores del campo.
- ✎ Despertar el Interés de la demanda potencial, a través de acciones publicitarias y promocionales.
- ✎ Empezar actividades turísticas, que satisfagan las demandas de los visitantes, en un entorno (Tababela) donde la oferta turística es limitada; por lo que tales demandas son satisfechas en otras localidades aledañas.
- ✎ Los prestadores de un servicio turístico deben conocer, por lo menos el idioma inglés, para comunicarse con los turistas extranjeros.
- ✎ Presentar, un servicio de alojamiento que satisfaga la demanda existente, bajo el marco de una hostería.
- ✎ Destinar, los recursos que se tienen a disposición para la concreción de la hostería.
- ✎ Realizar, convenios, con varios transportistas de modo que comuniquen de los servicios de la hostería a los turistas que transportan.
- ✎ Desarrollar alianzas estratégicas con varios lugares de alojamiento, a fin de que mutuamente envíen turistas entre sí en el caso de saturación de su capacidad de hospedaje, siendo el desplazamiento al que le obligan al turista un problema inmerso en la solución que le ofrecen.
- ✎ Permanecer en alerta a la medida de lo posible, respecto al mantenimiento de la infraestructura básica existente en la localidad.
- ✎ Identificar productores de alimentos, a fin de comprarles directamente a ellos evitando así el costo del intermediario, situación que se facilita al ser una región agrícola.

- ✍ Los empleados, deben estar dispuestos y preparados a realizar todo tipo de tarea.
- ✍ Desarrollar al máximo la flexibilidad, con la finalidad de adaptarse rápidamente a los requerimientos de servicio que demande el cliente.
- ✍ Estar alerta ante posibles cambios en la normativa legal, de modo de aprovechar las oportunidades que se presenten y defenderse de posibles amenazas.
- ✍ Realizar el mantenimiento oportuno a las instalaciones de la hostería.
- ✍ La evaluación financiera, permite vislumbrar la conveniencia de la ejecución del proyecto.
- ✍ Coordinar adecuadamente las acciones, de fomento turístico, entre los emprendedores, así como con las políticas de apoyo emanadas del gobierno.

ANEXO 1



ANEXO 2

FORMATO DE LAS ENCUESTAS

**UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE ECONOMÍA**

ENCUESTA DIRIGIDA AL: Turismo Interno y Receptor

OBJETIVO: Entender el comportamiento, gustos, preferencias, tendencias y demás aspectos relevantes propios del turista.

Agradecemos la predisposición, que tiene para colaborar con la presente encuesta.

Edad: _____

Sexo: _____

Nivel de Instrucción: **Primario:** _____ **Secundario:** _____ **Superior** _____

Profesión: _____ **Ocupación:** _____

Estado Civil: _____

Número de Hijos: _____

Lugar de Origen: _____

1.-Usted realiza viajes con fines turísticos en: (Marque una X)

Feriados _____ Fines de Semana _____ Otro _____ Especifique _____

2.- ¿Con qué frecuencia, usted sale de su lugar de residencia con fines turísticos?

Semanal _____ Mensual _____

Trimestral _____ Anual _____

3.- Elija una alternativa ¿Al viajar lo hizo?

A través de un intermediario _____ Por sus propios medios _____

4.- ¿A través de qué medios de información usted obtuvo información de los sitios turísticos en el Ecuador?

Internet _____ Consulados y embajadas _____ Agencias de Viaje _____

Amigos _____ Televisión _____ Otros: Especifique _____

5.- En orden de preferencia enumere del 1 al 4 los lugares que usted visita cuando sale de la ciudad. Siendo 4 el de mayor preferencia y 1 el de menor preferencia.

Sol y Playa _____ Montaña y Naturaleza _____

Historia y Cultura _____ Selva _____

6.- Califique bajo una escala de 1 – 10 la preferencia que para usted poseen los siguientes lugares

Tababela _____ Cayambe _____ Guayllabamba _____

Mindo _____ Mitad del Mundo _____ Tabacundo _____

Papallacta _____ El Quinche _____ Sangolqui _____

Machachi _____

7.- Señale solo una opción ¿Cuál es el principal atractivo que motiva a usted viajar hacia Tababela? (Marque con una X).

Áreas Naturales _____ Expresiones Culturales _____ Espíritu aventurero _____

Artesanías _____ Gastronomía _____ Invitación de amigos o familiares _____

8.- Al visitar la parroquia Tababela. ¿Qué número de noches se hospeda?

No se hospeda _____ Entre una y tres noches _____

Entre tres y cinco noches _____ Más de cinco noches _____

9- Jerarquice del 1 al 4 los siguientes lugares de alojamiento. Siendo 1 el de mayor preferencia y 4 el de menor preferencia.

Hotel _____ Hostal Residencial _____ Hostería _____ Motel _____

10.- De los siguientes establecimientos de alojamiento ubicados en Tababela y sus alrededores, marque con una X, si se ha hospedado o los conoce, o ambos si fuera el caso. Y califique aquellos que marcó, señalando con una X, según los siguientes criterios: M.S. (Muy satisfecho), S. (Satisfecho), A.S. (Algo Satisfecho), N.S. (Nada Satisfecho).

Alojamiento	Se ha hospedado	Conoce	No Conoce	Califique			
				M.S.	S.	A. S.	N.S.
Termas Papallacta							
Hostería El Colibri							
Hostería Mi Huasipungo							
Hotel El Vergel							
Hotel Nevada							

11.- Califique, según la siguiente matriz, la importancia que para usted poseen los siguientes atributos en un lugar de alojamiento.

Atributo/ Calificación	Muy Importante	Importante	Ni muy, ni poco Importante	Poco Importante	Nada Importante
Limpieza					
Comodidad					
Amabilidad de Atención					
Equipamiento					
Servicio de Restaurante					
Diseño Arquitectónico					

Áreas verdes y recreación					
Ubicación cercana a los atractivos turísticos					

12.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por noche y por persona?

Menos de \$25 _____
Entre \$25 y \$50 _____
Entre \$50 y \$75 _____
Entre \$75 y \$100 _____
Entre \$100 y \$125 _____
Más de \$125 _____

**CENTRAL UNIVERSITY
ECONOMIC SCIENCE DEPARTMENT
ECONOMIC CARRIER**

CONDUCTIVE QUESTIONARY TO: Foreigner Tourism

OBJECTIVE: to understand tourism's behavior likes, preference, trend and other relevant aspects for tourists.

Thank you for your help.

Age: _____

Sex: _____

Instruction Level _____ **School:** _____ **HighSchool** _____ **College** _____

Profession: _____ **Occupation:** _____

Marital Status: _____

Number of children: _____

¿Where did you come from? _____

1.-Do you make tourism travels on: (Marque una X)

Holiday _____ Weekend _____ Other _____ Specify _____

2.- ¿How often, do you get out from home to make tourism travels?

Weekly _____ Monthly _____

Quarterly _____ Annually _____

3.- Choose one option ¿when you travel, how do you do it?

Through an intermediary _____ By yourself _____

4.- ¿Through which information media, did you get Ecuador tourism information?

Internet _____ Consulates and Embassies _____ Travel Agency _____

Friends _____ TV and radio _____ Other: Specify _____

5.-Choose from 1 to 4, the preference for environment to visit when you leave you home. With 1for the best place and 4 for the less preference.

Beach _____ Mountain and nature _____
 History and Culture _____ Jungle _____

6.-Choose from 1 to 10, the preference for places to visit when you leave you home. With 1for the best place and 10 for the less preference.

Tababela _____ Cayambe _____ Guayllabamba _____
 Mindo _____ Mitad del Mundo _____ Tabacundo _____
 Papallacta _____ El Quinche _____ Sangolqui _____
 Machachi _____

7.- Choose one option ¿which the main attraction motivated you to visit Tababela? (Check with an X).

Natural Areas _____ Culture expressions _____ Adventure _____
 Handicrafts _____ Food _____ Family or friends invitations _____

8.- When you visit Tababela. ¿How many nights do you stay?

Don't stay _____ From 1 to 3 nights _____
 From 3 to 5 nights _____ More than 5 nights _____

9.- Choose from 1 to 4, the preference for the place to spend a night. With 1for the best place and 4 for the less preference.

Hotel _____ Family Hostel _____ Country Hotel _____ Motel _____

10.-In the following Pichincha's host places, check with an X if you spent a night in one of this places or if you know them. Please check how much comfortable they were in the following scale: wonderful, very good, good and bad.

Host Places	Spending night	know	Don't know	Scale			
				W	VG	G	B
Termas Papallacta							
Hostería El Colibrí							
Hostería Papi Shungo							
El Verjel Hotel							
Las Vegas Hotel							

10.- What's the most important thing to choose a host place in the following list with this scale: Very important, important, so so, a little important and not important.

Qualities	Very important	Important	so so	a little important	not important
-----------	----------------	-----------	-------	--------------------	---------------

Cleaning					
Comfort ability					
Friendly attention					
Equipment					
Restaurant service					
Architecture Design					
Green and recreation Areas					
Location near to tourist attractive					

11.- ¿How much would you like to pay for each person a night?

Less than \$25 _____
 \$25 - \$50 _____
 \$50 - \$75 _____
 \$75 - \$100 _____
 \$100 - \$125 _____
 More than \$125 _____

ANEXO 3

DETALLE DE COSTOS, INGRESOS Y PRECIOS

RESTAURANTE

Año 1	Costo Unitario	Unid. Diarias	Unid. Mensuales	Unid. Anuales	Costo Anual	Ingreso Anual	Utilidad
Desayunos	1,10	76	2280	27360	30096,00	60673,54	30577,54
Almuerzo	1,25	76	2280	27360	34200,00	76608,00	42408,00
Merienda	1,25	76	2280	27360	34200,00	76608,00	42408,00
Plato a la carta	2,10	76	2280	27360	57456,00	115831,30	58375,30
TOTAL					155952,00	329720,83	173768,83
Año 2							
Desayunos	1,16	76	2280	27360	31737,60	63983,00	32245,40
Almuerzo	1,28	76	2280	27360	35020,80	78446,59	43425,79
Merienda	1,28	76	2280	27360	35020,80	78446,59	43425,79
Plato a la carta	2,21	76	2280	27360	60465,60	121898,65	61433,05
TOTAL					162244,80	342774,84	180530,04
Año 3							
Desayunos	1,22	76	2280	27360	33379,20	67292,47	33913,27
Almuerzo	1,31	76	2280	27360	35841,60	80285,18	44443,58
Merienda	1,31	76	2280	27360	35841,60	80285,18	44443,58
Plato a la carta	2,32	76	2280	27360	63475,20	127966,00	64490,80
TOTAL					168537,60	355828,84	187291,24
Año 4							

Desayunos	1,28	76	2280	27360	35020,80	59535,36	24514,56
Almuerzo	1,28	76	2280	27360	35020,80	59535,36	24514,56
Merienda	1,28	76	2280	27360	35020,80	59535,36	24514,56
Plato fuerte	2,43	76	2280	27360	66484,80	113024,16	46539,36
TOTAL					171547,20	291630,24	120083,04
Año 5							
Desayunos	1,34	76	2280	27360	36662,40	62326,08	25663,68
Almuerzo	1,34	76	2280	27360	36662,40	62326,08	25663,68
Merienda	1,34	76	2280	27360	36662,40	62326,08	25663,68
Plato fuerte	2,54	76	2280	27360	69494,40	118140,48	48646,08
TOTAL					179481,60	305118,72	125637,12
Año 6							
Desayunos	1,40	76	2280	27360	38304,00	65116,80	26812,80
Almuerzo	1,40	76	2280	27360	38304,00	65116,80	26812,80
Merienda	1,40	76	2280	27360	38304,00	65116,80	26812,80
Plato fuerte	2,65	76	2280	27360	72504,00	123256,80	50752,80
TOTAL					187416,00	318607,20	131191,20
Año 7							
Desayunos	1,46	76	2280	27360	39945,60	67907,52	27961,92
Almuerzo	1,46	76	2280	27360	39945,60	67907,52	27961,92
Merienda	1,46	76	2280	27360	39945,60	67907,52	27961,92
Plato fuerte	2,76	76	2280	27360	75513,60	128373,12	52859,52
TOTAL					195350,40	332095,68	136745,28
Año 8							
Desayunos	1,52	76	2280	27360	41587,20	70698,24	29111,04
Almuerzo	1,52	76	2280	27360	41587,20	70698,24	29111,04
Merienda	1,52	76	2280	27360	41587,20	70698,24	29111,04
Plato fuerte	2,87	76	2280	27360	78523,20	133489,44	54966,24
TOTAL					203284,80	345584,16	142299,36
Año 9							
Desayunos	1,58	76	2280	27360	43228,80	73488,96	30260,16
Almuerzo	1,58	76	2280	27360	43228,80	73488,96	30260,16
Merienda	1,58	76	2280	27360	43228,80	73488,96	30260,16
Plato fuerte	2,98	76	2280	27360	81532,80	138605,76	57072,96
TOTAL					211219,20	359072,64	147853,44
Año 10							
Desayunos	1,64	76	2280	27360	44870,40	76279,68	31409,28
Almuerzo	1,64	76	2280	27360	44870,40	76279,68	31409,28
Merienda	1,64	76	2280	27360	44870,40	76279,68	31409,28

Plato fuerte	3,09	76	2280	27360	84542,40	143722,08	59179,68
TOTAL					219153,60	372561,12	153407,52

HOSPEDAJE

Año 1	Costo Unitario	Unid. Diarias	Unid. Mensuales	Unid. Anuales	Costo Anual	Ingreso Anual	Utilidad
Hospedaje	12,00	48	1440	17280	207360,00	418037,76	210677,76
TOTAL					207360,00	418037,76	210677,76
Año 2							
Hospedaje	12,60	48	1440	17280	217728,00	438939,65	221211,65
TOTAL					217728,00	438939,65	221211,65
Año 3							
Hospedaje	13,23	48	1440	17280	228614,40	460886,63	232272,23
TOTAL					228614,40	460886,63	232272,23
Año 4							
Hospedaje	13,89	48	1440	17280	240045,12	360067,68	120022,56
TOTAL					240045,12	360067,68	120022,56
Año 5							
Hospedaje	14,59	48	1440	17280	252047,38	378071,06	126023,69
TOTAL					252047,38	378071,06	126023,69
Año 6							
Hospedaje	15,32	48	1440	17280	264649,74	396974,62	132324,87
TOTAL					264649,74	396974,62	132324,87
Año 7							
Hospedaje	16,08	48	1440	17280	277882,23	416823,35	138941,12
TOTAL					277882,23	416823,35	138941,12
Año 8							
Hospedaje	16,89	48	1440	17280	291776,34	437664,52	145888,17
TOTAL					291776,34	437664,52	145888,17
Año 9							
Hospedaje	17,73	48	1440	17280	306365,16	459547,74	153182,58
TOTAL					306365,16	459547,74	153182,58
Año 10							
Hospedaje	18,62	48	1440	17280	321683,42	482525,13	160841,71
TOTAL					321683,42	482525,13	160841,71

USO DE LAS INSTALACIONES

Año 1	Costo Unitario	Unid. Diarias	Unid. Mensuales	Unid. Anuales	Costo Anual	Ingreso Anual	Utilidad
Adultos	4,00	76	2280	27360	109440,00	183859,20	74419,20

Niños	2,80	76	2280	27360	76608,00	128701,44	52093,44
TOTAL					76608,00	128701,44	52093,44
Año 2							
Adultos	4,20	76	2280	27360	114912,00	193052,16	78140,16
Niños	2,94	76	2280	27360	80438,40	135136,51	54698,11
TOTAL					80438,40	135136,51	54698,11
Año 3							
Adultos	4,41	76	2280	27360	120657,60	202704,77	82047,17
Niños	3,09	76	2280	27360	84460,32	141893,34	57433,02
TOTAL					84460,32	141893,34	57433,02
Año 4							
Adultos	4,63	76	2280	27360	126690,48	190035,72	63345,24
Niños	3,24	76	2280	27360	88683,34	133025,00	44341,67
TOTAL					88683,34	133025,00	44341,67
Año 5							
Adultos	4,86	76	2280	27360	133025,00	199537,51	66512,50
Niños	3,40	76	2280	27360	93117,50	139676,25	46558,75
TOTAL					93117,50	139676,25	46558,75
Año 6							
Adultos	5,11	76	2280	27360	139676,25	209514,38	69838,13
Niños	3,57	76	2280	27360	97773,38	146660,07	48886,69
TOTAL					97773,38	146660,07	48886,69
Año 7							
Adultos	5,36	76	2280	27360	146660,07	219990,10	73330,03
Niños	3,75	76	2280	27360	102662,05	153993,07	51331,02
TOTAL					102662,05	153993,07	51331,02
Año 8							
Adultos	5,63	76	2280	27360	153993,07	230989,61	76996,54
Niños	3,94	76	2280	27360	107795,15	161692,72	53897,57
TOTAL					107795,15	161692,72	53897,57
Año 9							
Adultos	5,91	76	2280	27360	161692,72	242539,09	80846,36
Niños	4,14	76	2280	27360	113184,91	169777,36	56592,45
TOTAL					113184,91	169777,36	56592,45
Año 10							
Adultos	6,21	76	2280	27360	169777,36	254666,04	84888,68
Niños	4,34	76	2280	27360	118844,15	178266,23	59422,08
TOTAL					118844,15	178266,23	59422,08

ANEXO 4

DEPRECIACIONES

PERÍODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total Depreciación	Valor Residual
Activo Fijo												
Construcciones	14371,13	14371,13	14371,13	14371,13	14371,13	14371,13	14371,13	14371,13	14371,13	14371,13	143711,28	800.000,00
Muebles y enseres	536,00	536,00	536,00	536,00	536,00	536,00	536,00	536,00	536,00	536,00	5360,00	10.500,00
Equipo de piscina	847,90	847,90	847,90	847,90	847,90	847,90	847,90	847,90	847,90	847,90	8479,00	12.000,00
Equipo de computo	666,67	666,67	666,67								2000,00	800,00
Equipo de oficina	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	230,00	100,00
Equipo de Cocina	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00	3400,00	1.800,00
Equipo de Limpieza	201,10	201,10	201,10	201,10	201,10	201,10	201,10	201,10	201,10	201,10	2011,00	1.000,00
Equipo de gimnasio	112,40	112,40	112,40	112,40	112,40	112,40	112,40	112,40	112,40	112,40	1124,00	700,00
Equipo de juegos	97,90	97,90	97,90	97,90	97,90	97,90	97,90	97,90	97,90	97,90	979,00	750,00
Equipo de cafetería	13,60	13,60	13,60	13,60	13,60	13,60	13,60	13,60	13,60	13,60	136,00	200,00
Equipo de dormitorio	380,48	380,48	380,48	380,48	380,48	380,48	380,48	380,48	380,48	380,48	3804,80	980,00
Equipo de Restaurante	299,00	299,00	299,00	299,00	299,00	299,00	299,00	299,00	299,00	299,00	2990,00	700,00

ANEXO 5

AMORTIZACIONES

PERÍODOS	1	2	3	4	5	6
Activo Diferidos						
Gastos de Constitución	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	1100,00
Estudio de Factibilidad	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	3000,00
Diseño de página de Internet	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	75,00

ANEXOS 6

RESUMEN DE INGRESOS

PERÍODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Pernoctaciones Vendidas	17280	17280	17280	17280	17280	17280	17280	17280	17280	17280
Precio por pernoctación	24,19	24,19	24,19	24,19	24,19	24,19	24,19	24,19	24,19	24,19
Ingreso por pernoctaciones	418037,76	438939,65	460886,63	460886,63	460886,63	460886,63	460886,63	460886,63	460886,63	460886,63
Ingreso por restaurante	329720,83	342774,84	355828,84	355828,84	355828,84	355828,84	355828,84	355828,84	355828,84	355828,84
Ingreso por uso de instalaciones	128701,44	135136,51	141893,34	141893,34	141893,34	141893,34	141893,34	141893,34	141893,34	141893,34
Total de Ingresos	876460,03	916851,00	958608,81	958608,81	958608,81	958608,81	958608,81	958608,81	958608,81	958608,81

ANEXO 7

DETALLE DE LOS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

[illegible]

Gasto Depreciación Equipo de Cafetería	13,60	13,60	13,60	13,60	13,60	13,60	13,60	13,60	13,60	13,60
--	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

ANEXO 8

DETALLE DE LOS GASTOS OPERATIVOS

PERÍODO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(-) Gasto Operacional	7.510,30	7.510,30	7.510,30	7.510,30	7.510,30	6.690,30	6.690,30	6.690,30	6.690,30	6.690,30
(-) Gastos Administrativos	6.070,30	6.070,30	6.070,30	6.070,30	6.070,30	5.250,30	5.250,30	5.250,30	5.250,30	5.250,30
Gastos Sueldos	5.040,00	5.040,00	5.040,00	5.040,00	5.040,00	5.040,00	5.040,00	5.040,00	5.040,00	5.040,00
Suministros de oficina	187,30	187,30	187,30	187,30	187,30	187,30	187,30	187,30	187,30	187,30
Amortización Gastos de Constitución	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00					
Amortización Estudio de Factibilidad	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00					
Gasto Depreciación Equipo de Oficina	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00
(-) Gastos de Ventas	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Gasto Publicidad	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00

ANEXO 9

DETALLE DE LOS GASTOS FINANCIEROS

PERÍODO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(-) Gastos Financieros	3774,00	3774,00	3774,00	3774,00	3774,00	3774,00	3774,00	3774,00	3774,00	3774,00
Intereses	3774,00	3774,00	3774,00	3774,00	3774,00	3774,00	3774,00	3774,00	3774,00	3774,00

ANEXO 10

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

PERÍODO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingreso Pernoctaciones	418037,76	438939,65	460886,63	460886,63	460886,63	460886,63	460886,63	460886,63	460886,63	460886,63
Ingreso Alimentos	329720,83	342774,84	355828,84	355828,84	355828,84	355828,84	355828,84	355828,84	355828,84	355828,84
Ingreso por uso de instalaciones	128701,44	135136,51	141893,34	141893,34	141893,34	141893,34	141893,34	141893,34	141893,34	141893,34
Total Ingresos	876460,03	916851,00	958608,81	958608,81	958608,81	958608,81	958608,81	958608,81	958608,81	958608,81
(-) Costo del Servicio (Ventas)	209696,87	215560,67	222072,47	222072,47	222072,47	222072,47	222072,47	222072,47	222072,47	222072,47
Mano de Obra Directa	17856,00	17856,00	17856,00	17856,00	17856,00	17856,00	17856,00	17856,00	17856,00	17856,00
Materia Prima Directa	155952,00	162244,80	168537,60	168537,60	168537,60	168537,60	168537,60	168537,60	168537,60	168537,60
Costo Indirecto de Fabricación	35888,87	35459,87	35678,87	35678,87	35678,87	35678,87	35678,87	35678,87	35678,87	35678,87
Utilidad Bruta en Ventas	666763,16	701290,32	736536,33	736536,33	736536,33	736536,33	736536,33	736536,33	736536,33	736536,33
(-) Gasto Operacional	7510,30	7510,30	7510,30	7510,30	7510,30	7510,30	7510,30	7510,30	7510,30	7510,30
(=)Utilidad Operacional	659252,86	693780,02	729026,03	729026,03	729026,03	729026,03	729026,03	729026,03	729026,03	729026,03
(-) Gastos Financieros	3774,00	3774,00	3774,00	3630,99	3630,99	3630,99	3630,99	3630,99	3630,99	3630,99
Utilidad antes de Participación	655478,86	690006,02	725252,03	725252,03	725252,03	725252,03	725252,03	725252,03	725252,03	725252,03
15% Utilidad de Trabajadores	98321,83	103500,90	108787,80	108787,80	108787,80	108787,80	108787,80	108787,80	108787,80	108787,80
Utilidad antes de Impuestos	557157,03	586505,12	616464,23	616464,23	616464,23	616464,23	616464,23	616464,23	616464,23	616464,23
25% Impuesto a la Renta	139289,26	146626,28	154116,06	154116,06	154116,06	154116,06	154116,06	154116,06	154116,06	154116,06
Utilidad del Periodo	417867,77	439878,84	462348,17	462348,17	462348,17	462348,17	462348,17	462348,17	462348,17	462348,17

Primer Piso – Crédito Directo

Emprendedores

Tasa Efectiva											
	Plazo (años)										
	0 - 1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Segmento Corporativo	7,00%	7,05%	7,05%	7,10%	7,10%	7,10%	7,15%	7,15%	7,15%	7,15%	7,15%
Segmento Empresarial	8,00%	8,25%	8,25%	8,45%	8,45%	8,45%	8,50%	8,50%	8,50%	8,50%	8,50%
Segmento PYMES	8,75%	9,50%	9,50%	9,85%	9,85%	9,85%	10,15%	10,15%	10,15%	10,15%	10,15%

La Tasa Base para
reajuste es la TPR.
En el mes de junio es de
4.53%

01 al 30 de Junio 2012



ANEXO 12



BANCO CENTRAL DEL ECUADOR


Julio 07 de 2012

Ayudas
Acceso Directo ▼
Contáctenos

El Banco Central	Estadística	Mercados Financieros	Servicios Bancarios	Publicaciones de Banca Central
Numismática	Bibliotecas	Comunicación y Medios	Certificación Electrónica	Comercio Exterior

Tasas de Interés			
JULIO 2012 (*)			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.17	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.20	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.91	Consumo	16.30
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.20	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.82	Microcrédito Minorista	30.50
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.53	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos monetarios	0.60	Depósitos de Tarjetahabientes	0.63
Operaciones de Reporto	0.24		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.89	Plazo 121-180	5.11
Plazo 61-90	3.67	Plazo 181-360	5.65
Plazo 91-120	4.93	Plazo 361 y más	5.35

ANEXO 13

DETALLE DEL CÁLCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO

1. Detalle de caja

Caja	1	2	3
Costo de Producción	209.616,87	215.480,67	221.992,47
Gastos de Ventas	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Gastos de Administración	6.070,30	6.070,30	6.070,30
Gastos Financieros	3.774,00	3.774,00	3.774,00
Costos Imputados	18.724,17	18.724,17	18.724,17
Total	239.625,35	245.489,15	252.000,95
Promedio	19968,7791	20457,4291	21000,0791

2. Detalle del capital de trabajo

Año 1

CAPITAL DE TRABAJO	Inversión Inicial
Caja	19968,78
Bancos	150000,00
Alimentos y bebidas	155.952,00
Suministros de oficina	187,30
Artículos de limpieza	234,00
Contingencias 2%	6526,84
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO	332868,92

Año 2

CAPITAL DE TRABAJO	Inversión Inicial
Caja	20457,43
Bancos	160000,00
Alimentos y bebidas	162244,80
Suministros de oficina	196,67
Artículos de limpieza	234,00
Contingencias 2%	6862,66
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO	349995,55

Año 3

CAPITAL DE TRABAJO	Inversión Inicial
Caja	21000,08

Bancos	170000,00
Alimentos y bebidas	168.537,60
Suministros de oficina	206,50
Artículos de limpieza	234,00
Contingencias 2%	7.199,56
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO	367.177,74

3. Detalle del calculo de la capacidad de endeudamiento y capital de trabajo neto
Año 1

$$IS = \frac{AC}{PC}$$

$$1,5 = \frac{332.868,92}{PC}$$

$$PC = \frac{332.868,92}{1,50}$$

$$PC = 221.912,61$$

La empresa puede endeudarse con préstamo a corto plazo por un valor de \$221.912,61

$$\frac{CTN}{AÑO 1} = AC - PC$$

$$\frac{CTN}{AÑO 1} = \frac{332.868,92}{1,50} - 221.912,61$$

$$\frac{CTN}{AÑO 1} = 110.956,31$$

Año 2

$$IS = \frac{AC}{PC}$$

$$1,5 = \frac{349.995,55}{PC}$$

$$PC = \frac{349.995,55}{1,50}$$

$$PC = 233.330,37$$

La empresa puede endeudarse con préstamo a corto plazo por un valor de \$233.330,37

$$\frac{CTN \text{ AÑO}}{2} = AC - PC$$

$$\frac{CTN \text{ AÑO}}{2} = \frac{349.995,55}{2} - 233.330,37$$

$$\frac{CTN \text{ AÑO}}{2} = 116.665,18$$

Año 3

$$IS = \frac{AC}{PC}$$

$$1,5 = \frac{367.177,74}{PC}$$

$$PC = \frac{367.177,74}{1,50}$$

$$PC = 244.785,16$$

La empresa puede endeudarse con préstamo a corto plazo por un valor de \$244.785,16

$$\frac{CTN \text{ AÑO}}{3} = AC - PC$$

$$\frac{CTN \text{ AÑO}}{3} = \frac{367.177,74}{3} - 244.785,16$$

$$\frac{CTN \text{ AÑO}}{3} = 122.392,58$$

4. Resumen del capital de trabajo y sus incrementos

	AC	CTN	Δ AC	Δ CTN
1	332868,92	110956,31		
2	349995,55	116665,18	17126,63	5708,88
3	367177,74	122392,58	17182,19	5727,40

ANEXO 14

DETALLE DE FUENTES Y USOS

	<u>Año 0</u>	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>	<u>Año 6</u>	<u>Año 7</u>	<u>Año 8</u>	<u>Año 9</u>	<u>Año 10</u>
I. FUENTES											
<i>Ingresos</i>	-	876460,03	916851,00	958608,81	958608,81	958608,81	958608,81	958608,81	958608,81	958608,81	958608,81
<i>Capital</i>	1.074.459,80										
<i>Préstamo</i>	578.555,28										
<i>Saldo de años anteriores</i>		-	139.844,36	229.330,94	326.571,74	546.205,11	765.838,48	985.471,85	1.205.105,23	1.424.738,60	1.644.371,97
TOTAL	1.653.015,08	876.460,03	1.056.695,35	1.187.939,75	1.285.180,54	1.504.813,92	1.724.447,29	1.944.080,66	2.163.714,03	2.383.347,40	2.602.980,78
II. USOS											
<i>Activo Fijo</i>	1.653.015,08										
<i>Capital de Trabajo Neto</i>		110956,31	116665,18	122392,58	-	-	-	-	-	-	-
<i>Costos de Producción</i>		209.616,87	215.480,67	221.992,47	221.992,47	221.992,47	221.992,47	221.992,47	221.992,47	221.992,47	221.992,47
<i>Gastos de Ventas</i>		1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00
<i>Gastos Administrativos</i>		6.070,30	6.070,30	6.070,30	6.070,30	6.070,30	6.070,30	6.070,30	6.070,30	6.070,30	6.070,30
<i>Gastos Financieros</i>		3.774,00	3.774,00	3.774,00	3.774,00	3.774,00	3.774,00	3.774,00	3.774,00	3.774,00	3.774,00
<i>15% Participaciones</i>		98.321,83	103.500,90	108.787,80	108.787,80	108.787,80	108.787,80	108.787,80	108.787,80	108.787,80	108.787,80
<i>25% Imp. A la Renta</i>		139.289,26	146.626,28	154.116,06	154.116,06	154.116,06	154.116,06	154.116,06	154.116,06	154.116,06	154.116,06
TOTAL	1.653.015,08	569.468,57	593.557,34	618.573,22	496.180,64	496.180,64	496.180,64	496.180,64	496.180,64	496.180,64	496.180,64
F - U	-	306.991,46	463.138,01	569.366,53	788.999,91	1.008.633,28	1.228.266,65	1.447.900,02	1.667.533,40	1.887.166,77	2.106.800,14
<i>Serv. De la Deuda</i>			57.855,53	57.855,53	57.855,53	57.855,53	57.855,53	57.855,53	57.855,53	57.855,53	57.855,53

Dividendos		208.933,89	219.939,42	231.174,09	184.939,27	184.939,27	184.939,27	184.939,27	184.939,27	184.939,27	184.939,27
Saldo		139.844,36	229.330,94	326.571,74	546.205,11	765.838,48	985.471,85	1.205.105,23	1.424.738,60	1.644.371,97	1.864.005,34
Capacidad de Pago			8,01	9,84	13,64	17,43	21,23	25,03	28,82	32,62	36,41

NOTA: Para el servicio de la deuda el préstamo es de 10 años plazo con dos años de gracia. Según políticas de la empresa se repartirá todos los años el 50% por concepto de dividendos.

ANEXO 15

DETALLE DEL CALCULO DE COMPROBACIÓN PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO

<u>COMPROBACIÓN PUNTO DE NIVELACIÓN AÑO 1</u>									
			Ye	=		$CT e$			
			$PQ e$	=		F	+		$CQ e$
			Ye	=		$PQ e$			
			Ye	=	48		x		Qe
			Ye	=	57.283,76				
			$CT e$	=		F	+		$CQ e$
			$CT e$	=	56.498,87			0,30	x 1.090,23
			$CT e$	=	56.821,69				
			$PQ e$	=		F	+		$CQ e$
48	x	1.201,93		=	56.927,87		+	0,30	x 1.201,93
		57.283,76		=	57.283,76				

<u>COMPROBACIÓN PUNTO DE NIVELACIÓN AÑO 2</u>									
			Ye	=		$CT e$			
			$PQ e$	=		F	+		$CQ e$
			Ye	=		$PQ e$			
			Ye	=	50		x		Qe
			Ye	=	56.835,86				
			$CT e$	=		F	+		$CQ e$
			$CT e$	=	56.498,87		+	0,30	x 1.138,08
			$CT e$	=	56.835,86				
			$PQ e$	=		F	+		$CQ e$
50	x	1.138,08		=	56.498,87		+	0,30	x 1.138,08
		56.835,86		=	56.835,86				

<u>COMPROBACIÓN PUNTO DE NIVELACIÓN AÑO 3</u>									
			Ye	=		$CT e$			
			$PQ e$	=		F	+		$CQ e$

		$Ye = PQ_e$			
		$Ye = 52$	x	Q_e	
		$Ye = 57.040,69$			
		$CT_e = F$	+	CQ_e	
		$CT_e = 56.717,87$	+	$0,30$	x $1.090,23$
		$CT_e = 57.040,69$			
		$PQ_e = F$	+	CQ_e	
52	x	$1.090,23$	=	$56.717,87$	+
		$57.040,69$	=	$57.040,69$	

ANEXO 16

DATOS PARA EL CALCULO DEL VAN

<i>Cálculo del Valor Residual</i>			
Rubros	Valor Total	Valor Residual	% Valor Residual
Activo Fijo	1.653.015,08	1.239.761	0,75
Capital de Trabajo Neto	122.393	104.034	0,85
		1.343.795	

ANEXO 17

DATOS PARA EL CÁLCULO DE LA TIR

	AF	AC	ΔAC	Flujo de Inversiones
0	- 1.653.015			- 1.653.015
1		332.869	332.869	332.869
2		349.996	17.127	17.127
3		367.178	17.182	17.182
4		367.178	-	-
5		367.178	-	-
6		367.178	-	-
7		367.178	-	-
8		367.178	-	-

9		367.178	-	-
10	923.702	367.178	-	923.702

<i>Cálculo del Valor Residual</i>			
Rubros	Valor Total	Valor Residual	% Valor Residual
Activo Fijo	1.653.015	578.555	0,35
Activo Circulante	367.178	345.147	0,94
		923.702	

BIBLIOGRAFIA

- ACERENZA, Miguel Ángel. (1992): Administración del Turismo Vol II 2da Edición Editorial Trillas. México, 243 páginas.
- BAEZ Casillas, Sixto. (1985): Enciclopedia de Hotelería y Turismo Tomo I. 8va edición. Editorial Continental. México, 215 páginas.
- CALDAS, Marco. (1999): Preparación y Evaluación de Proyectos. 3ra edición. Editorial Publicaciones H. Quito, Ecuador.
- SAPAGCHAIN, Nassir. (2008): Preparación y evaluación de proyectos, Quinta edición.
- CORPORACION ECUATORIANA DE TURISMO: Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos.
- BIOSCA, Doménech. (1995): 1000 Detalles que hay que cuidar en un hotel, un restaurante, un bar. 1ra edición. Editorial Limusa, S.A. México.
- Boullon Roberto, (1993): Ecoturismo Sistemas Naturales y Urbanos. 1ra edición. Buenos Aires, Argentina, 98 Páginas.
- GERENCIA NACIONAL DE RECURSOS TURISTICOS, Ministerio de Turismo División Técnica hotelera de Aflicción.
- GARCÉS, Fausto. (1994): Guía Metodológica. Desarrollo de proyectos de Ecoturismo. 119 páginas.
- GRAHAN, Robert j. y ENGLUND, Randal. (1999): Administración de Proyectos Exitosos. 2da edición. Prentice Hall. México, 272 páginas.
- INFANTE Villareal, Arturo. Evaluación Financiera de proyectos de Inversión. 2ª edición. Editorial Norma. 400 páginas.
- KOTLER, Philip / BOWEN, J y MAKEN. (1997): Mercadotecnia para Hotelería y Turismo. 1ª edición, editorial Prentice Hall. México, 705 páginas.
- MENDEZ Álvarez, Carlos Eduardo: Metodología diseño y desarrollo del proceso de investigación. 3ra edición. Editorial McGraw Hill.
- Ministerio de Turismo. (2002): Desarrollo Turístico en el Ecuador, 50 páginas.
- MOLINA, Sergio. (1994): Turismo y Ecología. 5ª edición. Editorial Trillas. México D.F., México. 120 páginas.
- POSSO Yépez, Miguel Ángel. (2004): Metodología para el Trabajo de Grados (Tesis y proyectos); 1ª edición. Ibarra, Ecuador, 215 páginas.
- PROGRAMA REGIONAL DE BOSQUES NATIVOS ANDINOS – ECUADOR. (1995): Ecoturismo en el Ecuador trayectoria y desafíos. Quito, Ecuador, 289 páginas.

- RUES Eberhardt H. (1995): Eco – Hotel Mangement Conciencia Ecológica en la Administración Hotelera. Editorial Grupo Editorial Iberoamérica. México, 85 páginas.
- RUBIO Gil, Ángeles (Coord). (2003): Sociología del Turismo. 1ª edición. Editorial Ariel. España, 292.
- SANTANA, Agustín. (1997): Antropología y turismo. 1ª edición. Editorial Ariel. España, 222 páginas.
- SAPG, ChainNassir y Reinaldo. (2000): Preparación y Evaluación de proyectos. 4ª edición. Editorial McGraw Hil. Chile, 439 páginas.
- SMITH, Randy. (1996): Manual de ecoturismo para Guías y comunidades indígenas de la Amazonia Ecuatoriana. 1ª edición. Editorial Abya-yala. Quito, Ecuador, 168 páginas.
- INTERNET
- ONG Proyecto Félix (http://www.iespana.es/natureduca/converva_indice.htm) Naturaleza
- PASCUAL Trillo, José Antonio (<http://plantea.pntic.mec.es/~jpascal/vida/biodiv2.htm>) Conservación
- VALENCIA; Jorge (<http://wwwboletin-turistico.com/diccionario/lexico,asp?letra=z>) Diccionario Turístico
- MUÑOZ, Mario; Preparación y Evaluación de Proyectos
- IRIARTE Céspedes Fernando, 1997 (<http://www.monografias.com/trabajos16/cultura/cultura.shtm>). Turismo cultural
- <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/ingenieria-proyecto>